

El trabajo de investigación muestra la relación entre el uso de las redes sociales y la satisfacción de las necesidades de ocio, participación y libertad, de manera que relativiza el estereotipo del joven hedonista y desinteresado sobre la realidad que lo rodea, y hace evidente, más bien, la existencia de una juventud comprometida, entusiasta y participativa, que utiliza las redes sociales para promover, sensibilizar y trabajar por las causas que son de su preocupación.

Considero que uno de los principales aportes es mostrar que este segmento etario puede utilizar dichas redes sociales como algo más que entretenimiento y ocio improductivo: las toma como una herramienta de comunicación, opinión y acción en temas de su entorno, contrario al estigma del joven como alguien frívolo e indiferente a la participación en temas de interés social.

Isabella Prado Zanini

Cedure

jatupeando

ISBN: 978-99954-57-92-1

2014

Generación WiFi

Investigaciones regionales

PIEB

Generación WiFi

Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra

Julia Dolores Mamani
Fabiola Andrea Gutiérrez Escóbar
Herland Rafael Vaca Álvarez



Generación WiFi

Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra

Generación WiFi

Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra

Equipo de investigación
Julia Dolores Mamani (coordinadora)
Fabiola Andrea Gutiérrez Escobar
Herland Rafael Vaca Álvarez

Santa Cruz, 2014

Esta publicación cuenta con el auspicio de la Cooperación del Reino de los Países Bajos.

Mamani, Julia Dolores
Generación WiFi. Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra / Julia Dolores Mamani; Fabiola Andrea Gutiérrez Escobar; Herland Rafael Vaca Álvarez. -- Santa Cruz: Fundación PIEB; CEDURE; Jatupeando, 2014.
xiv; 192 p. ; maps.; grafs.; cuads.: 23 cm. -- (Serie Investigaciones Regionales: Santa Cruz)

D.L. : 4-1-2363-14
ISBN: 978-99954-57-92-1 : Encuadernado

REDES SOCIALES / FACEBOOK / TWITTER / YOU TUBE / JÓVENES / INTERNET / JUVENTUD URBANA / ERA DIGITAL / SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN / SOCIEDAD RED / CIBERSOCIEDAD / NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN / ETNOGRAFÍA VIRTUAL / BRECHA DIGITAL / PARTICIPACIÓN SOCIAL / LIBERTAD / OCIO / DESARROLLO A ESCALA HUMANA / MEDIOS DE COMUNICACIÓN / CRÓNICA PERIODÍSTICA LITERARIA / MANZANA UNO / REVOLUCIÓN JIGOTE / GENERACIÓN WIFI / IDENTIDAD CULTURAL / INVESTIGACIÓN SOCIAL / CULTURA URBANA / SANTA CRUZ DE LA SIERRA

1. título 2. serie

Edificio Fortaleza. Piso 6. Oficina 601
Avenida Arce 2799, esquina calle Cordero
Teléfonos: 2432582 - 2431866
Fax: 2435235
Correo electrónico: fundacion@pieb.org
Página web: www.pieb.org / www.pieb.com.bo
Casilla 12668
La Paz, Bolivia

Edición: Mabel Franco

Diseño gráfico de cubierta: PIEB

Diagramación: Dalia Nogales

Fotografía de portada: Composición PIEB

Impresión: Plural Editores

Impreso en Bolivia
Printed in Bolivia

Índice

Índice de cuadros

Índice de figuras

Índice de mapa

Presentación

No cabe duda que en las últimas décadas el departamento de Santa Cruz y su capital, la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, vivieron profundas transformaciones económicas, socioculturales e institucionales que incidieron en la modificación de su estructura local y regional.

La realidad cruceña actual es más compleja que la del pasado siglo. Tiene una actividad económica diversificada, exportadora y globalizada que ha trascendido al sector agropecuario; atraviesa un creciente y sostenido proceso de migración que ha alterado su estructura sociodemográfica, económica y cultural y tiene también un nuevo marco político institucional. A esto se suma, el acelerado proceso de urbanización de la ciudad capital que ha superado lo planificado; prueba de ello es su crecimiento poblacional. El año 2012 se aproximaba al millón y medio de habitantes, constituyéndose de ese modo en uno de los municipios urbanos más dinámicos del país.

Para comprender estas y otras características de la nueva realidad cruceña, el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) junto al Centro de Estudios para el Desarrollo Urbano y Regional (CEDURE) y el Grupo de Investigación de Santa Cruz Jatupeando, lanzaron la convocatoria regional para proyectos de investigación denominada: "Transformaciones económicas, socioculturales e institucionales de Santa Cruz: 1998-2012 en julio de 2013". Esta convocatoria estuvo dirigida a profesionales jóvenes que vivían en Santa Cruz, para motivarlos a investigar temas relevantes y estratégicos para la región y, de esa manera, producir conocimientos que beneficien al desarrollo del departamento.

En ese contexto, cinco equipos de investigación, integrados por siete hombres y seis mujeres, con una edad menor a los 40 años, fueron seleccionados

para estudiar importantes temáticas. Las investigaciones fueron ejecutadas en casi once meses cuyos resultados tenemos la satisfacción de publicarlos en la Serie Investigaciones Regionales:

- *Discurso y hegemonía en el proceso autonómico cruceño (2001-2013)*, coordinada por Juan Pablo Marca, con la participación de Lourdes Baigoria Guzmán y Miguel Ángel Velarde Cuellar.
- *La democracia comunitaria: entre el deseo y la realidad. Pueblos indígenas chiquitano y guaraní en Santa Cruz*, coordinada por Miguel Vargas Delgado, con el aporte de Johan Álvarez Paniagua.
- *Generación WiFi. Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra*, coordinada por Julia Dolores Mamani, con la participación de Fabiola Andrea Gutiérrez Escóbar y Herland Rafael Vaca Álvarez.
- *Transporte sin rumbo. El transporte público urbano y los desafíos de modernización en Santa Cruz de la Sierra*, coordinada por Ernesto Urzagasti Saldías, con el aporte de Blanca Victoria Tayarapo y Hagler Justiniano Cújuy.
- *La planificación urbana y su impacto en la calidad de vida en Santa Cruz de la Sierra*, coordinada por Gabriela Gonzales Faria, con el aporte de Judith E. Serrano Serrano.

Con la publicación de estos cinco textos, elaborados con dedicación, entusiasmo y creatividad por equipos de investigadores jóvenes, el PIEB, CEDURE y Jatupeando, pretenden aportar a una mayor comprensión de las temáticas estudiadas y contribuir a debatir y promover políticas públicas efectivas para beneficio del departamento de Santa Cruz y su sociedad.

Godofredo Sandoval
Director del PIEB

Prólogo

En un país con una población altamente politizada como Bolivia, donde también las investigaciones sociales se ven influidas por este énfasis, es refrescante encontrar un trabajo como el que presentan Julia Dolores Mamani, Fabiola Gutiérrez y Herland Vaca, quienes proponen conocer más acerca de un tema de relevancia en la dinámica social en Santa Cruz de la Sierra, y buscan explicar el funcionamiento de elementos de relación relativamente nuevos, como las redes sociales y su uso en la población joven.

Este ejercicio se hace sin perder de vista la influencia de dicho uso en la dinámica política, entendida en el sentido amplio del concepto, vinculándola más bien al ejercicio y participación ciudadanos en el ámbito urbano. Los resultados son sin duda un aporte para comprender la realidad compleja y cambiante de Santa Cruz de la Sierra, a partir del comportamiento de un estrato joven, como el elegido por este estudio (16 a 28 años).

El formato de collage de charlas, así como la redacción de los casos estudiados en estilo de crónica periodística, hacen que la lectura se realice de manera fluida, liviana, aunque no superficial, lo que muestra la habilidad del equipo para comunicar. Me parece esto un acierto, además de hacer más accesibles y atractivos los contenidos a los lectores.

La investigación *Generación WiFi. Facebook, Twitter y YouTube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra* desarrolla ampliamente los contenidos referidos a la sociedad de la comunicación y la información, y la sociedad red, así como el uso de las nuevas tecnologías en la urbe, proveyendo un marco teórico interesante. Lo hace de manera bastante clara y ordenada, incorporando distintos puntos de vista de varios de los autores que han desarrollado estos temas.

Estos contenidos se articulan con la teoría de las necesidades humanas fundamentales desde la perspectiva de Manfred Max Neef y su equipo a partir del uso que los jóvenes hacen de las redes sociales: de esta manera, se puede entender que dicho uso convierte a las redes sociales en satisfactores de las necesidades de ocio, participación y libertad.

Uno de los aportes centrales de la propuesta del Desarrollo a Escala Humana, de Max Neef, es plantear explícitamente que *la manera* de realizar las necesidades (los satisfactores) *es subjetiva* (aunque no por ello individual), por eso es que una misma necesidad que puede ser considerada objetiva (si no como, me muero de hambre), es satisfecha de diversas maneras dependiendo de la cultura, el momento histórico o el grupo social al que se pertenece (puedo comer chairo, majao, pizza u otros). Creo que esta reivindicación de lo subjetivo-social es central para entender el planteamiento de los satisfactores y es el elemento verdaderamente nuevo dentro del desarrollo de las teorías acerca de las necesidades humanas.

La investigación presenta cinco casos de activación de las redes sociales con un fin común, con un objetivo preciso y que llegó a ser compartido por miles de personas, incluso, algunos de ellos, con un alcance nacional.

El primero de esos casos fue el del apoyo a la Manzana Uno como espacio de expresión cultural, gestionado actualmente por dos artistas independientes (Ejti Stih y Juan Bustillos) y ubicado en la plaza de Santa Cruz de la Sierra, ante la intención de un parlamentario cruceño de retirarlos del lugar. Una joven ciudadana creó una página de Facebook de apoyo a la Manzana Uno. La reacción fue inmediata y los *likes* y comentarios crecieron exponencialmente en pocos días. Esto llamó la atención de la prensa, que hizo seguimiento de la movida con entrevistas a los protagonistas. El silencio del Gobierno municipal local contrastó con la voz de una diputada cruceña oficialista y el Vicepresidente del Estado, que dieron su apoyo a la Manzana Uno y garantizaron su permanencia en el lugar (el edificio, si bien está en la plaza principal de la ciudad, es de propiedad de la Asamblea Plurinacional, antes Congreso Nacional).

El segundo caso analizado es el de los reclamos a la telefónica Tigo, los que llegaron a tener un alcance nacional. Esto surgió a partir del cambio de un plan de servicio ofrecido por la empresa. Las redes sociales fueron un amplio espacio de expresión y también de organización de movimientos para recuperar el plan

originalmente ofrecido. El movimiento ciudadano traspasó las redes sociales e hizo presencia también en las calles. Si bien no logró los resultados esperados, sí generó una interlocución que tuvo que ser atendida por la empresa telefónica.

El tercer caso es el referido al sacrifico brutal de animales por una alarma de rabia, llevado adelante sin ninguna compasión y sin respeto por los dueños de las mascotas. Esta acción se llevó a cabo en la Urbanización Terracor III, del municipio de Warnes, aledaño a Santa Cruz de la Sierra. Muchas de las personas que trabajan en Santa Cruz, viven en Warnes, por su proximidad. A raíz de algún caso de rabia canina, la Junta Vecinal decidió unilateralmente eliminar a todas las mascotas de la zona, con o sin el consentimiento de sus dueños. Las redes sociales se llenaron de indignación por las fotos del hecho, que mostraban una gran crueldad. El tema también saltó a los medios masivos de comunicación. Grupos animalistas de todo el país reaccionaron.

El cuarto caso es del apoyo a los marchistas en defensa del TIPNIS. En este tema hay varias páginas en redes sociales, aunque de distinta convocatoria e importancia. Estas páginas también trascendieron lo virtual para organizar acciones concretas de respaldo, como recolección de vituallas o víveres para las personas que marchaban.

Finalmente se aborda el movimiento de formación ciudadana Revolución Jigote, campaña organizada por una institución de la sociedad civil, y con amplia participación de la gente. La Revolución Jigote se plantea "poner de moda" el tema de la cultura urbana, utilizando los lenguajes audiovisuales y gráficos más atractivos, y dotándolos de contenidos de formación ciudadana. Este movimiento se inició en redes sociales y a partir de allí tuvo un amplio impacto en medios masivos de comunicación. El trabajo de Jigote continúa, basando su comunicación en redes sociales, pero saliendo a la ciudad con intervenciones concretas.

A partir de estos casos de ciberactivismo, y de conocer sus dinámicas internas, el trabajo de investigación muestra la relación entre el uso de las redes sociales y la satisfacción de las necesidades de ocio, participación y libertad, de manera que relativiza el estereotipo del joven hedonista y desinteresado sobre la realidad que lo rodea, y hace evidente, más bien, la existencia de una juventud comprometida, entusiasta y participativa, que utiliza las redes sociales para promover, sensibilizar y trabajar por las causas que son de su preocupación.

Considero que uno de los principales aportes es mostrar que este segmento etario puede utilizar dichas redes sociales como algo más que entretenimiento y ocio improductivo: las toma como una herramienta de comunicación, opinión y acción en temas de su entorno, contrario al estigma del joven como alguien frívolo e indiferente a la participación en temas de interés social.

Isabella Prado Zanini
Psicóloga social

Introducción

Las tradiciones y sus dictados de convicciones se encuentran hoy interpelados desde distintos espacios sociales. Este replanteamiento es comparable con lo que ocurrió luego de la Edad Media en Europa, cuando, a la luz del humanismo, se atestiguó el distanciamiento de la humanidad respecto de lo divino y se pusieron en tela de juicio principios religiosos, los de la aristocracia o el patriarcado, por mencionar algunos, según describe el sociólogo y filósofo polaco Zygmunt Bauman (1999). Las pautas sociales congeladas, inmunes en el tiempo, principios absolutos llamados también sólidos, fueron cuestionados al grado de que los deberes éticos se consideraron obstáculos. No se buscaba, empero, acabar definitivamente con los sólidos, sino hacer espacio para sólidos nuevos, mejores e incluso perfectos: duraderos y verdaderamente confiables para hacer del mundo controlable y predecible (*Ibíd.*, 2004).

Esos nuevos sólidos nacerían y se derretirían con la Revolución Industrial, que marcó un nuevo orden de producción y un nuevo orden social. La sociedad se jerarquizó entonces ya no por aristocracia, sino por capacidad adquisitiva. Esa movilidad social funcionó bajo la lógica humanista de que cada uno es arquitecto de su propio destino y se asumió así la individualidad como algo predestinado (*Ibíd.*, 2004). La humanidad se encontró con la obligación de ser libre y de asumir los miedos y angustias que tal libertad comporta (Bauman en Vásquez, 2008), argumento que atrapó al individuo en su propia burbuja, estableciendo una desprotegida y desarmada relación social (Bauman, 2004).

Quitar algo tan básico como la pertenencia a la comunidad ha sido parte de una sofisticada estrategia de generación de frustración y de un insondable vacío que sólo el consumo podría aspirar a llenar, explica Reig (2012) traduciendo a

Bauman. Tal empeño del capitalismo en aislar a las personas, sería un mecanismo básico para mantener el sistema. Así, la autora invita a observar cómo internet, y la hipersociedad que desde ahí se va tejiendo, se basa en solucionar disfunciones de las sociedades modernas respecto de la sociabilidad del ser humano (*Íbid.*).

Los usos de las redes sociales digitales, asimismo, interpelan hoy las relaciones de poder, pues ya no lo detentan solamente unos pocos, sino que la tecnología, en tanto se pone al alcance de muchos y ofrece las mismas condiciones y oportunidades a sus usuarios. Si bien la plataforma de Facebook vende y sistematiza en casi 100 categorías la información que el ciudadano otorga, la que se pide es siempre la misma (sexo, rango social o edad, entre otros) y a cambio se ofrece iguales condiciones de uso: las mismas opciones de publicación y acceso a la información. Además, el perfil, que viene a ser la carta de presentación de cada individuo, tiene las mismas características para todos. En Facebook, Twitter y YouTube, el formato y la estética del entorno virtual, como formas, organización y colores, no hace distinciones para nadie.

Para los jóvenes, esta igualdad remite a valores democráticos que también se reproducen en las redes y se traducen en reglas implícitas de interacción, por ejemplo que la opinión de cada uno tiene el mismo valor y las mismas oportunidades de acceso y publicación. Como sucede en las conversaciones *offline*, en las redes los jóvenes ven en un plano de horizontalidad. No se vaya a pensar, sin embargo, que todas las intervenciones son de interpelación al sistema. De hecho, al ser el mundo virtual una ampliación del mundo físico, el individualismo también está presente, pues la alternativa de omitir la coyuntura, escaparse de la realidad más próxima, es también una alternativa para los jóvenes.

En sintonía con la burbuja que es posible construir en las redes sociales, Bauman (*Ibíd.*) sostiene que la ciudadanía productora de cambios por el bien común se ha desvanecido, y que el resultado son individuos pasivos, escépticos y hedonistas. La lógica, dice, en la época de la instantaneidad sería buscar gratificación y evitar consecuencias y, particularmente, responsabilidades. La participación ciudadana empezaría a oxidarse, pues la cooperación —en tanto compromiso— sería un obstáculo para nuevas oportunidades y gratificaciones aquí y ahora (*Ibíd.*). De todas maneras, hace notar Dolors Reig (2012), las posibilidades de colaboración y solidaridad existen y se ven amplificadas con

las redes 'sociables' en tanto, de hecho, la conexión a internet forma parte de la cotidianeidad de la vida de los jóvenes.

Por ello, en este nuevo siglo, con nuevas actuaciones y nuevos productos, habría también nuevas formas en las que el individuo busca satisfacer sus necesidades. Ocurre que tales necesidades no cambian ni con el tiempo ni en las diversas circunstancias, pero sí lo hacen los satisfactores en consonancia con las diversas culturas y épocas (Max Neef *et al.*, 1993). La forma en que se organizó la producción y apropiación de bienes económicos a lo largo del capitalismo industrial podría haber condicionado de manera devastadora los tipos de satisfactores dominantes de las necesidades humanas (*Ibíd.*). Buena parte de los bienes —producto del contexto y la forma de organización del consumo— habrían incidido ampliamente en los efectos distintos de un satisfactor de acuerdo con los diversos contextos.

Lo digital, por ejemplo, trastoca las formas tradicionales de satisfacción de las necesidades. No las elimina o reemplaza, sino que las amplifica (Reig, 2013). Si antes para informarse se apelaba a los periódicos, radio o televisión, el acceso a los medios virtuales estará dando mayor libertad para elegir cuándo, cómo, dónde y de quién buscar la información (Canavilhas, 2011). Así lo ratifica, por ejemplo, la experiencia de Adrián, un joven de Santa Cruz de la Sierra entrevistado para este trabajo, que cuenta que en menos de 15 minutos y por sólo Bs 1 le es posible estar al tanto de cuanto está pasando.

La inseguridad, incertidumbre y desprotección en las relaciones sociales, sintetizadas en lo que Bauman (2004) denomina modernidad líquida, es el anverso del complejo tejido entre consumismo, industrialización y capitalismo. Otro *kipu* principal del tejido es la idolatría por la imagen, elemento clave en el éxito de las redes sociales digitales, relacionada con la historia de la publicidad. En la década de 1980, cuando una fuerte recesión golpeó a los fabricantes más poderosos en el mundo occidental, fue de grado imperativo buscar soluciones radicales. La publicidad planteó entonces que no era suficiente, como antes, tratar de vender un buen producto a un precio racional; sino que había que asociar el producto con un estilo de vida deseable, un conjunto de valores, una imagen mediática condensada en la marca.

Esos consumidores comprarán creyendo satisfacer necesidades (Iriarte, 1997), pero en verdad, más que el producto, quedarán persuadidos de estar

adquiriendo una sociedad en particular, dentro de un proceso que configurará una nueva forma de 'ser' en función del 'tener' (Galeano, 2006). Por tanto, el 'vivir' es reemplazado por el 'representar', que consiste en una adquisición obsesiva para satisfacer necesidades creadas. Un ejemplo de ello son los gadgets, variados y siempre desechables y renovados, que se convierten para muchos en extensiones del cuerpo, o sea del ser (Vargas Llosa, 2012).

Como herencia de la publicidad, las redes sociales logran éxito por el lugar que le otorgan a los contenidos visuales. En Facebook, Twitter y YouTube, cada vez que se habilita una cuenta, es requisito al menos una imagen de perfil y de portada junto al nombre, fecha de hacimiento y el correo electrónico. Es decir, la identidad se halla compuesta no sólo por los símbolos del nombre, sino también por la imagen. Los espacios se tornan así en escenarios, los individuos en actores y las publicaciones que muestran las pertenencias, en utilería. A través de las pantallas, todos los usuarios de Facebook se comunican con la imagen, la que ha subordinado a la palabra (Steiner en Vargas Llosa, 2012).

Ahora bien: ¿cómo se traduce todo ello en el caso boliviano? Es una gran pregunta que merece respuestas producto de la investigación social. Así, el presente trabajo se concentra en Santa Cruz de la Sierra, capital de uno de los departamentos que, como La Paz y Cochabamba, se ubica en el primer lugar de cobertura de internet en el país. De acuerdo con el informe de la Autoridad de Regulación de Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), a marzo de 2014 Santa Cruz lideraba la cantidad de conexiones fijas y móviles: concentra el 34,4% sobre el 27,2% de La Paz. Hay que señalar que, según el Censo de Población y Vivienda de 2012, el apenas el 10% de la población en el país tiene conexión a domicilio. Si a ello se suma el acceso en el trabajo, los "cafés internet" y los aparatos móviles, la cobertura sube a 35,5% de la población, según revela la Encuesta de Hogares 2011 realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En este contexto, la investigación Generación WiFi, tuvo como objetivos analizar el uso de Facebook, Twitter y YouTube como satisfactor de las necesidades fundamentales de participación, libertad y ocio. También se apuntó a describir los hiperespacios sociales, es decir, las configuraciones del híbrido entre vida *online* y vida *offline*. Procesos en los que se buscó destilar las diferencias sociodemográficas por tipo de distrito y tipo de usuario digital. Por un lado, en

Santa Cruz de la Sierra, los distritos municipales se clasifican en consolidados, populares y en formación; por otro lado, los usuarios digitales se clasifican en nativos digitales, migrantes digitales —nacidos después y antes de la llegada del internet respectivamente, 1995 es el año para el caso cruceño—, analfabetos digitales y apocalípticos digitales.

Es cierto que el acceso a internet está condicionado en Bolivia por la baja calidad de conexión y las altas tarifas. Pese a ello, los movimientos ciudadanos, vinculados esencialmente a través de Facebook, están mostrando la emergencia de lo virtual como una alternativa válida para la gestión ciudadana. Ejemplos de ello son las movidas "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural", "Coordinadora por la Autodeterminación de los Pueblos y el Medio Ambiente-Coodapma por el TIPNIS", "Se van los 300, me voy" yo protagonizada por usuarios de Tigo, "Justicia por la masacre en Terracor III" y "Revolución Jigote", los que son parte del análisis del presente estudio. Esos movimientos generaron sinergia entre ciudadanos que no se conocían en el mundo físico y que llegaron a manifestarse en las calles, que captaron la atención de los medios tradicionales de información, que gestionaron sus causas mediante mecanismos legales, que pusieron en la agenda pública temas de cultura, medioambientales, de defensa de derechos como consumidores, de defensa de los animales y de educación ciudadana, que lograron coordinar con gente a nivel nacional e internacional y en algunos casos influir en la decisión de autoridades.

Ahora bien, al usar Facebook, Twitter y YouTube, ¿cómo satisfacen los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra su necesidad de participación y libertad? ¿Cómo satisfacen los jóvenes sus necesidades de ocio? ¿Cómo se configuran los hiperespacios sociales? ¿Hay diferencias por tipos de distrito? ¿Hay diferencias por tipo de usuario digital? ¿Cuál es la dinámica de jóvenes organizados? ¿Cuáles suelen ser sus formas de incidencia desde las redes? ¿Cuáles son sus hábitos informívoros ahora en la era digital? ¿Ejercen sus derechos cuando están en las redes sociales? ¿Aprovechan la red como un espacio de relajación, diversión o creatividad?

Para responder a estas cuestiones se ha optado por una metodología cualitativa. Temporalmente se enmarca entre los años 2007 y 2014 y en cuanto a herramientas se ha elegido Facebook, Twitter y YouTube, las redes sociales digitales más grandes (Castells, 2012).

Estructura

El primer capítulo está íntegramente dedicado a la metodología utilizada tanto para identificar a los informantes claves y entrevistados, según los distritos en que está dividida la ciudad de Santa Cruz, como las técnicas usadas para obtener y presentar los datos, entre las que destaca un aporte del grupo para la ciencia: la crónica periodística literaria.

El segundo capítulo plantea un recorrido para descubrir las características de la cibersociedad y el estado del arte a nivel mundial y a nivel de Bolivia en general y Santa Cruz de la Sierra en específico. En *Indignaciones inalámbricas,* el tercer capítulo, se presentan las cinco crónicas periodísticas literarias que pretenden situar al lector en el meollo de los hechos y degustar las distintas versiones de las movidas ciudadanas que han marcado la agenda cruceña de los últimos años. Las contraposiciones de las perspectivas individuales se presentan en el collage de charlas que se desarrolla bajo el título de *Cibertejidos: actuaciones en el feis, tuiter y yutú,* material desmenuzado y articulado a los constructos teóricos de la sociedad digital en el quinto capítulo, *Sobre las puntadas de la Generación WiFi*.

En la penúltima parte del trabajo se propone un punteo de conclusiones que redondean las ideas planteadas en el capítulo predecesor, sobre el uso que dan los jóvenes en Santa Cruz a las redes sociales, y finalmente se ofrece una guía para pensar en Políticas Públicas capaces de cerrar no ya una brecha digital referida al acceso a las nuevas herramientas tecnológicas, sino una segunda brecha digital referida al uso de las mismas para satisfacer necesidades de ocio, participación y libertad.

Este abordaje, desde jóvenes sobre jóvenes, procura contagiarse de la creatividad que reina en lo digital para visibilizar las nuevas formas de hacer ciudad, analizar sus dinámicas y delinear los desafíos. Al mismo tiempo, aspira a hacer cercano aquello que algunos sienten todavía ajeno: lo virtual, esencia del lenguaje y de las pautas sociales propias de la cosmovisión juvenil.

CAPÍTULO I
Para la ciencia

1. Del estudio de caso a la crónica periodística

Los estudios de caso, que se explican más adelante, son presentados bajo la narrativa de la crónica periodística literaria. Descrita por Juan Villoro como el ornitorrinco de la prosa, esta crónica toma de la novela la condición subjetiva, la capacidad de narrar desde el mundo de los personajes y crear una ilusión de vida para situar al lector en el centro de los hechos; extrae del reportaje los datos inmodificables; del cuento, el sentido dramático en espacio corto y la sugerencia de que la realidad ocurre para contar un relato deliberado, con un final que lo justifica; de la entrevista, los diálogos; del teatro moderno, la forma de montarlo; del teatro grecolatino, la polifonía de testigos; del ensayo, la posibilidad de argumentar y conectar saberes dispersos (en Jaramillo, 2012:15). Tales características la hacen propicia y flexible para profundizar en los fenómenos sociales desde distintas aristas y, en este sentido, se trata de un nuevo aporte metodológico en la medida que el presente trabajo se encuentra entre los pioneros en proponer la crónica periodística literaria como una narrativa para la investigación científica.

El estudio de caso

En palabras de Robert K.Yin, uno de los renombrados investigadores, especializado en estudios de casos, un trabajo de este tipo estudia un fenómeno y trata con una situación que presenta muchas más variables de interés que sólo datos observables, se basa en múltiples fuentes de evidencia y, como resultado,

se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos (Castro, 2010: 36).

Para el presente estudio se ha apelado a cinco casos, una vez identificados los movimientos ciudadanos que tuvieron fuerte presencia en Facebook, Twitter y YouTube en los últimos cinco años en Santa Cruz y que han girado en torno del TIPNIS, Tigo, Revolución Jigote, Terracor III y Manzana Uno.

Se ha tomando como base los datos generados en las entrevistas abiertas en profundidad con informantes clave de movimientos ciudadanos, la observación de las comunidades virtuales y la revisión hemerográfica de la cobertura que los medios escritos han brindado a la causa y su acontecer digital.

Cuadro 1
Informantes clave de movimientos ciberactivistas observados

Caso	Informantes clave
TIPNIS	Joaquín Terrazas y Rodolfo Solaz
Tigo	Luis Rejas, Gustavo Conde, *Shoshy**, *Ian Uriel** y *Pedro Gutiérrez**
Manzana Uno	*La Pulga* Bascuñan y Julico Jordán
Revolución Jigote	José Antonio Prado y Rocío Recalde
Terracor III	Claudia Arauz, Aura Garzón y Andrea Murillo

*Pseudónimo elegido por los informantes claves para proteger su identidad.

Fuente: Elaboración propia.

Los movimientos elegidos fueron primordialmente *facebookeros*, razón por la que la observación virtual se concentró en esta red social digital. En los casos TIPNIS y Tigo se abrió más de una comunidad, por lo que se acudió el grupo/perfil/*fanpage*[1] de Santa Cruz o a aquélla con más miembros-seguidores/amigos/likes. En la Tabla siguiente se presentan en negrillas las comunidades elegidas:

1 Comunidad con la características que se unen aquellas personas que le dan *Me gusta (Like)*, y cuyo contenido principal es ordenado y publicado por los creadores y administradores de dicho espacio.

Cuadro 2
Comunidades elegidas

Caso	Comunidades en Facebook		Tipo de comunidad	Criterio de selección
Caso TIPNIS (2011)	**Coodapma Santa Cruz - Bolivia**	**721 amigos**	Perfil	Única comunidad administrada desde Santa Cruz de la Sierra
	TIPNIS en Resistencia	2.773 miembros	Grupo	
	Amigos del TIPNIS	11.496 miembros	Grupo	
	Referéndum Nacional TIPNIS.	2.228 miembros	Grupo	
	TIPNIS: Friends of the Isiboro – Sécure Indigenous People of the Rainforest	171 miembros	Grupo	
	Defendamos el TIPNIS	566 miembros	Grupo	
	Referéndum Nacional TIPNIS	2.732 miembros	Grupo	
	TIPNIS: Imágenes, fotógrafos y activistas	324 miembros	Grupo	
Caso Tigo (2013)	**Se van los 300, me voy yo**	**28.027 miembros**	Grupo	Comunidad más grande y con promotores en Santa Cruz de la Sierra
	Tigo Bolivia "No estoy contigo"	279 seguidores	*Fan page*	
	Tigo Vete a La Mierda	927 seguidores	*Fan page*	
	Tigo nos estafa	244 Seguidores	*Fan page*	
Caso Manzana Uno (2012)	**Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural**	**11.105 miembros**	Grupo	Única comunidad
Caso Revolución Jigote (2013)	**Revolución Jigote**	**32.439 seguidores**	*Fan page*	Única comunidad
Caso Terracor (2014)	**Justicia por la masacre en Terracor III**	**3.744 seguidores**	*Fan page*	Única comunidad

Fuente: Elaboración propia.

La población elegida

Jóvenes

La población definida está compuesta por hombres y mujeres de 16 a 28 años de edad (Bolivia, Ley 342, 2013), que usan Facebook, Twitter y/o YouTube, especificada por el criterio de tipicidad y delimitada por el criterio de saturación teórica. Esta última se inicia con dos personas por cuadrante y se detiene al lograr la saturación teórica, es decir, cuando el dato adicional que se recolecta no agrega información significativa a la que ya se tiene (Córdova, 2013).

Otro criterio, el de tipicidad, es construido por dos elementos:

a) Tipo de usuario digital, que se clasifica en nativos, migrantes y analfabetos digitales (Molina 2009, en Gutiérrez, 2012). Como estos últimos son personas que nunca han usado una computadora ni internet, no son considerados para este estudio. Para diferenciar entre nativos y migrantes digitales, la lógica es si nacieron antes o cuando ya funcionaba internet, lo que en Santa Cruz ocurrió en 1995 (Torrico, 2003). Contextualizando el criterio, los nacidos a partir de ese año son los nativos digitales —hoy, los mayores tendrían 19 años—, y los nacidos antes son los migrantes digitales. La aplicación de este criterio permite crear dos categorías.

Cuadro 3
Tipo de usuario digital

Joven	Hombre	Mujer
Nativo (a) digital	16 a 19 años	16 a 19 años
Migrante digital	20 a 28 años	20 a 28 años

Fuente: Elaboración propia.

b) Tipo de distrito/distrito-muestra, para el que se aplicó el enfoque bidimensional (PAP, 2006) que clasifica a los distritos urbanos de Santa Cruz según la satisfacción de sus necesidades y la capacidad económica en la mayoría de los hogares.

Mapa
Distritación de Santa Cruz de la Sierra



Fuente: PAP, 2006.

Dadas las similitudes de los distritos cruceños, éstos se clasifican en tradicionales, populares y en formación, lo que permite tomar distritos-muestra, en tanto son típicos o representativos de una categoría (Prado, 2013). De esta manera se tiene la siguiente clasificación, con subniveles y distritos-muestra:

- **Tradicionales o consolidados**
  - Distritos 2, 11, 1, 4 y 3, clasificados en:
    - Distritos con mayoría de hogares con necesidades básicas satisfechas (NBS) y alta capacidad económica: 2.
    - Distritos con mayoría de hogares con NBS y con moderada a alta capacidad económica: 11, 1, 4 y 3.
  - Distritos 2 y 4 establecidos como distrito-muestra.
- **Periféricos/populares**
  - Distritos 9, 5, 6, 7, 8 y 10; que a su vez se clasifican en:
    - Distritos con mayoría de hogares con NBS y moderada a baja capacidad económica: 9 y 5.
    - Distritos con mayoría de hogares con NBS y baja capacidad económica: 6, 7, 8 y 10.
  - Los distritos 10 y 8 son establecidos como distrito-muestra.
- En formación
  - Distrito con mayoría de hogares con necesidades básicas insatisfechas (NBI) y con baja capacidad económica: 12.
  - El distrito 12 es establecido como distrito-muestra

Cuadro 4
Cuadrantes establecidos

Distritos	**Consolidados**		**Populares**	**En formación**
Jóvenes	**DM 2**	**DM 4**	**DM 8 - DM 10**	**DM 12**
Nativos/as 16-19 años	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer
Migrantes 20-28 años	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer	1 hombre 1 mujer

Fuente: Elaboración propia.

En vista de que en cada distrito hay distintos tipos de Unidad (es) Vecinal (es), se identificó aquellas que coinciden con las características del distrito-muestra. Se procedió a buscar jóvenes puerta a puerta en el Distrito 4–UV29, ejercicio infructuoso, ya que las personas en casa decían que no había jóvenes y los jóvenes argumentaban no poder hablar.

Se procedió entonces a buscar a personas en los centros educativos: colegios, universidades y Cemas, con éxito a los distritos 2, 4, 8 y 10. Cabe señalar que tocar puerta a puerta resultó ideal para el distrito 12, de manera que así se procedió en las UV 257 y UV 256.

Ciberactivistas

Los ciberactivistas identificados según la causa que los mueve, así como otros informantes clave, fueron entrevistados también en profundidad.

Cuadro 5
Ciberactivistas y sus causas

Causa	Ciberactivista
Gestión cultural	Ronaldo Vaca-Pereira
Educación ciudadana	Federico Morón (Le Gatonegro)
Bicicultura y Medio Ambiente	Juan Marcelo Castro
Desarrollo Social-Comunitario	Juan Pablo Sejas
Feminismo	Angélica Becerra Brito
Animalista	Isabel Suárez Brun

Fuente: Elaboración propia.

Se realizó además entrevistas en profundidad sobre el movimiento en cuestión a dos informantes clave: una persona del núcleo oficial de dicho movimiento y una persona que sin ser del núcleo oficial participó activamente (ver Cuadro 1).

2. De las entrevistas al collage de charlas

La entrevista abierta en profundidad, también denominada entrevista no estructurada (Ander-Egg), consiste en preguntas abiertas que son respondidas en una conversación con mayor libertad, de forma exhaustiva y en términos propios de la persona interrogada. Su principal característica es la ausencia de una baremación y categorización.

Este instrumento ha sido usado en este estudio con los jóvenes, los ciberactivistas y los informantes claves. La información obtenida ha sido volcada al lenguaje escrito a la manera de una sucesión de expresiones, sin ilación extra, aunque sí se ha editado para evitar redundancias que son propias del habla.

Una vez realizada las entrevistas necesarias para el análisis y la interpretación, éstas se han presentado a la manera de un collage de charlas, técnica desarrollada por el antropólogo alemán Steffen Strohmenger y utilizada por Adrián Waldmann en Santa Cruz para estudios de identidad y de prácticas de consumo en jóvenes. Consiste en crear conversaciones ficticias al crear un tejido entre ellas, tomando como fuente entrevistas individuales con diferentes personas. En tales conversaciones se va intercambiando ideas de los jóvenes, ciberactivistas e informantes clave.

3. Etnografía virtual

La herramienta de la etnografía virtual (Mayans i Planells, 2002) ha sido aplicada para los estudios de caso como una forma más de construir la narrativa de la crónica periodística, ya que los movimientos ciudadanos se sitúan en un escenario híbrido de elementos físicos y elementos virtuales, denominados hiperespacios sociales (Castells, 2000).

En primera instancia fueron identificadas las cuentas de los cinco movimientos ciudadanos en las redes sociales digitales de Facebook y Twitter. A partir de ello, se hizo una revisión de todo el contenido alojado en dicha red, para luego recabar información necesaria para el estudio de casos. El intercambio que hubo entre los usuarios y las publicaciones subidas a diario permitieron ampliar los datos que ya se habían obtenido de forma *offline.* Por otro lado, se buscó información en los distintos periódicos digitales alojados en la red que

habían publicado noticias respecto del acontecer de la problemática a estudiar. Fue asimismo necesaria la búsqueda de información en los diferentes portales y páginas web.

CAPÍTULO II

Redes bajo el microscopio

1. De los hechos y los dichos

Las redes sociales digitales basadas en internet y en plataformas inalámbricas se han constituido en herramientas clave para movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir, afirma el estudioso de este fenómeno, Manuel Castells, sociólogo y miembro del Consejo Asesor de la Alianza Global para la Tecnología y el Desarrollo (GAID) de las Naciones Unidas. Dichas redes, añade, son plataformas no sólo de amistades personales, sino para actividades diversas, tales como el comercio electrónico, el mercadeo, la educación, la creatividad cultural, la distribución de los medios de comunicación y el entretenimiento (Castells, 2012: 219-221).

En efecto, es innegable la estrecha relación que existe hoy entre redes virtuales y redes de la vida social en general. Se puede afirmar que internet es una plataforma privilegiada para la construcción del propio individuo y de la autonomía social, de manera que "el mundo real de nuestra época es un mundo híbrido" (*Ibíd.*: 218-222), un mundo de hiperespacios sociales, en tanto se trata de la articulación entre el espacio de los lugares —físicos— y el espacio de los flujos —los impulsos electrónicos de la arquitectura planetaria de internet (*Ibíd.*, 1998).

Dichas redes estarían proporcionando una comunicación global y libre que se ha hecho esencial en todos los campos (*Ibíd.,* 2001). Más allá de la instrumentalidad de internet, ésta estaría creando las condiciones para el surgimiento de un movimiento social sin líderes, donde las personas pueden deliberar, coordinar y expandirse, todo ello gracias a una horizontalidad de

las redes que favorecería la colaboración y la solidaridad, características que terminan socavando la necesidad de un liderazgo formal. Al mismo tiempo, esa estructura descentralizada maximizaría las oportunidades de participación de las personas en el movimiento, en virtud de que las redes son abiertas, sin límites definidos y capaces de reconfigurarse continuamente de acuerdo con el nivel de participación de la población (*Ibíd.*, 2012: 212-215).

Si bien tales articulaciones suelen comenzar en las redes sociales de internet, a raíz de cierta realidad social que provoca la indignación de las personas, según Castells se convertirían en movimientos una vez que ocupasen el espacio urbano. Así se explica ese híbrido de ciberespacio y espacio urbano, es decir un tercer espacio que dicho autor llamó "el espacio de la autonomía". El hecho de que se abra un lugar de autorreflexión, en el que diversos actores sociales se encuentran, sin conocerse, para presionar, deliberar, organizarse, exigir o presionar a las autoridades competentes, presupone una esperanza de solución al problema o conflicto y su búsqueda tiene que concretarse necesariamente en las calles. Esto significa que la transición de la indignación a la esperanza se conseguiría mediante la deliberación en el espacio de la autonomía (*Ibíd.*: 212-215).

El mundo real en la época actual es, pues, un híbrido en el que no se separa la vida *online* de la vida *offline* y en donde internet es una herramienta para tejer redes de indignación y esperanza (*Ibíd.*).

Ejemplos concretos se han vivido ya en varias partes del mundo. Uno de ellos, imprescindible para el análisis, es el caso de Túnez, donde se produjo, en 2011, "La Revolución de la libertad y la dignidad", precursora de una nueva forma de movimiento social en red en el mundo árabe. Todo empezó en diciembre de 2010, en una pequeña ciudad llamada Sidi Bouzid, donde Mohamed Bouazizi, joven de 26 años, se inmoló prendiéndose fuego frente a un edificio del gobierno, en protesta contra la repetida y humillante confiscación de su puesto de frutas frente a la negativa de pagar un soborno a la policía local. Unas horas después, otros jóvenes que habían sido humillados de forma similar, protestaban frente al mismo edificio. Y en los siguientes días, las muestras de descontento se multiplicaron espontáneamente en las provincias y se extendieron por todo el país. La difusión por internet de los videos mostrando la represión violenta y las agresiones policiales fue acompañada por convocatorias a salir a las calles y las plazas de las ciudades. Pronto, en enero de 2011, la gente comenzó a exigir

la destitución del dictador Ben Alí y otros cabecillas del régimen, además de libertad política y de expresión. La conexión entre la comunicación a través de Facebook, YouTube y Twitter y la ocupación del espacio urbano dio lugar a ese espacio público híbrido de libertad, que se convirtió en la principal característica de la rebelión tunecina. Ben Alí dimitió y huyó del país.

En Islandia, "La Revolución de las cacerolas" que inicialmente fue una protesta en contra de la mala administración de la economía por parte del gobierno, tuvo como "héroe rebelde" al músico Hordur Torfason, quien, en octubre de 2008, sentado frente al parlamento islandés cantó su rabia acompañado de la guitarra. Alguien grabó la escena y la subió a internet. En unos días se sumaron personas, que llegaron a ser miles protestando en la plaza Austurvollur para pedir la dimisión del gobierno. Las protestas se intensificaron tanto en internet como en la plaza. Se le atribuye a internet y a las redes sociales el papel absolutamente decisivo en este movimiento, pues, por un lado, el 94% de los islandeses están conectados a la red y, por otro, dos tercios son usuarios de Facebook. Pero, además, esta revolución tuvo algo en especial, pues el hecho de haber logrado que el gobierno dimitiera en enero de 2009 llevó a que se elaborara una nueva Constitución popular.

La Revolución Egipcia de 2011, si bien tiene antecedentes en protestas políticas de 2005 y 2010, se encendió tras la revolución tunecina que alimentó esperanzas de que un cambio fuera posible. Al grito de "pan, libertad y justicia", miles de personas tomaron las calles para exigir la renuncia de Mubarak y su régimen, elecciones democráticas y redistribución equitativa de las riquezas. Jóvenes en su mayoría, muchos de ellos estudiantes universitarios y herederos del Movimiento Juvenil 6 de Abril que en años pasados había sido brutalmente reprimido, inspirados en lo sucedido en Túnez, los egipcios comenzaron a exteriorizar su indignación.

En un principio, se registraron seis inmolaciones, tales como las ocurridas en Túnez. Ante ello, la estudiante Asmaa Mafhouz, de 26 años, el 18 de enero de 2011 subió un vlog[2] en su página de Facebook, donde aparece con el rostro

2 También conocido como Videoblog, la estética de un vblog/videoblog está basada en el cara-cara del vlogger o autor con su público, para hablar de forma sincera y honesta sobre temas personales relacionados con asuntos cotidianos que afectan a la mayoría de las personas.

cubierto por un velo para expresar que está cansada de la muerte de sus hermanos y, al exigir dignidad a los demás, convocar a la gente a acompañarla el día 25 para manifestarse en la plaza de Tahrir. Alguien subió el video a YouTube y el eco que tuvo hizo que se lo conozca como "el vlog que provocó la revolución" (Castells, 2012: 66). A ello hay que sumar, como parte de las conspiraciones secretas en red, para el caso egipcio, la actividad del grupo de Facebook "We are all Khaled Said", que eligió el nombre en memoria del joven activista abatido en 2010 por la Policía, debido a que había difundido un video de denuncia en YouTube sobre la brutalidad policial.

Dice Castells que fueron las redes de internet, las redes móviles, las redes sociales preexistentes, las manifestaciones en la calle, la ocupación de plazas públicas y las reuniones de los viernes alrededor de las mezquitas las que contribuyeron a formar redes multimodales que dieron pie a la revolución egipcia.

Otros movimientos en el mundo, emblemáticos por la fuerza que adquirieron, son los levantamientos españoles de los Indignados de #15M y el movimiento *Occupy* en Estados Unidos de América, influenciados por el fenómeno islandés, según se nota por el motivo de lucha: una profunda crisis económica. Tanto en España como en Estados Unidos se valieron de las redes para convocar y llamar a ocupar las calles. En el primer caso se invitó a debatir en la plaza, en el segundo se hizo el llamado a la ciudadanía indignada con *#occupywallstreet*. En ambos casos, el híbrido donde se tejen redes de indignación y esperanza.

En las latitudes más próximas a Bolivia, ocurren fenómenos como #YoSoy132 en México y la Revolución Estudiantil en Chile. El caso mexicano responde a una coyuntura electoral que provoca el rechazo de universitarios al candidato presidencial del conservador PRI, pero tiene trasfondo mayor el hartazgo provocado por la forma de hacer política. El caso chileno expresa la lucha por una educación gratuita y de calidad para todos, en vista del enfoque empresarial y discriminatorio que tiene la educación superior en ese país, sistema protegido por mecanismos estatales. La movilización masiva impulsó a ampliar la búsqueda de reivindicaciones y así se apuntó también contra la desigualdad social y la privatización del cobre, herencia, de la constitución pinochetista, al igual que el tema de la educación. A lo largo de Chile y a través de las redes sociales, los jóvenes llamaron a marchas, cacerolazos y medidas

creativas como los *flashmobs* (acciones colectivas en un espacio público que se dispersa rápidamente) y la simulación de suicidios colectivos.

Más recientes son las protestas en Venezuela y las de Midia Ninja en Brasil. En el caso venezolano se trataría de una minoritaria clase acomodada que logró gran cobertura mediática internacional y que apuntó contra medidas económicas del presidente Nicolás Maduro. La ciberactivista boliviana Eliana Quiroz sostiene que este ejemplo marcó un quiebre en el tenor de justicia social de las anteriores manifestaciones sociales alrededor del mundo, pues en este caso la protesta fue usada para fragmentar información. En Brasil ocurre todo lo contrario con Mídia Ninja, una alternativa independiente de comunicación que utiliza herramientas digitales y cuyo trabajo no es coyuntural, sino sostenido. Lo que busca es democratizar la información como una respuesta al monopolio que de ésta se ejerce desde los medios masivos. La subida del pasaje del transporte público y las denuncias de desalojo de la gente de barrios populares como parte de las acciones para promover la imagen positiva del país durante la Copa Mundial de Fútbol 2014, para la cual se hizo inversiones millonarias, motivaron protestas ampliamente cubiertas por Midia Ninja, las que de esa forma lograron filtrarse a los medios tradicionales del mundo.

Desde 2010 hasta la actualidad, y desde distintas latitudes, estos movimientos son un claro ejemplo de fenómenos de redes de indignación y esperanza, denominaciones que apuntan al cierre el círculo de *esto me indigna y hago algo para cambiarlo,* lo que entonces permite hablar de movimientos sociales, según Castells.

2. Nuevos actores

Dolors Reig (2012) llama a esa articulación entre indignación y la voluntad de actuar para cambiar, el paso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a las Tecnologías del Empoderamiento y la Participación (TEP). "Cuando miramos hacia las redes sociales virtuales, estamos ante lo que podríamos denominar estructuras que son naturales a la forma de ser del ser humano, entornos ideales para desarrollar nuestra necesidad básica social y, por lo tanto, redes "sociables" (*Ibíd.,* 2013: 47). Se estaría frente a una "sociedad aumentada" (*Ibíd.,* 2012: 24), que llevaría a un proceso de "hipersociabilización" gracias a las TIC (*Ibíd.,* 2013: 47).

Para el paso de las TIC a las TEP es importante responder a la tarea de empoderarse y participar, lo que significaría la apropiación de las TIC para el logro de las necesidades más elevadas en la pirámide de Maslow y los constructos teóricos de otros importantes investigadores de la motivación, como el reconocimiento social, el deseo de ser competentes y autónomos, la autorrealización o la búsqueda de sentido.

Es posible notar que el cumplimiento de dicha tarea lleva a que el individuo cambie en tanto ve cómo la sociedad está cambiando. Dos serían las causas fundamentales por las que las redes sociales empoderan, transforman a las personas y propician el cambio: "La información, que fluye constantemente y puede ser contrastada en las redes para hacernos menos manipulables que en cualquier otro momento de la historia (…) [Por otro lado,] las posibilidades de participación que entrenamos en los nuevos medios y que pueden provocar después cambios en la realidad" (*Ibíd.,* 2012: 55). Elemento crucial que permitiría recuperar las formas de socialización y prácticas que estarían siendo olvidadas. Reig se refiere al olvido de la cooperación en la medida en que se impuso la individuación, característica esta última de la época actual en desmedro de la participación ciudadana.

3. Las herramientas de la red social digital

Facebook

El nacimiento de esta red social que ha conquistado a todo el mundo, principalmente al público joven y adolescente, nació en 2004 como la versión en línea de las universidades americanas donde se publicaban contenido, fotografías y nombres de los estudiantes con el objetivo de que éstos se conozcan mutuamente. "El sitio toma su nombre del boletín que las administraciones de muchas universidades entregan a los estudiantes de primer año, con la intención de ayudarlos a que se conozcan entre sí. Facebook fue creada por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico" (Faerman, 2009: 17).

Zuckerberg, con 20 años de edad crea Facebook junto a Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin y Chris Hughes. En los pocos años desde su creación y

hasta los días actuales, la empresa ha crecido a pasos gigantescos y de alcance mundial. El éxito ha enriquecido a Zuckerberg, quien aparece en la lista anual de milmillonarios de la revista Forbes, con una fortuna valorada en 19 mil millones de dólares.

Inicialmente Facebook estaba hecha sólo para el idioma inglés, pero para febrero de 2008 se amplió a otros idiomas, como informó el periódico *online* español El País: "Facebook ha dado su primer paso en los planes de internacionalización, lanzando la versión en español. Las versiones en alemán y francés estarán disponibles en las próximas semanas". En abril de 2008 ya incluía 21 idiomas, además de que funcionaba el sistema del chat o de mensajes internos. Pero, ¿qué es lo que tiene Facebook que ha hecho que muchas personas se registren y formen parte de esta red social?

Cuando se teclea la URL www.facebook.com, lo primero que aparece es una ventana de color azul difuminado con celeste y la figura de personas interconectadas continentalmente. En la parte superior dice: "Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conoces". Hacia la derecha existe el "Registro: Es Gratis y cualquiera puede unirse". Si se quiere formar parte de esta red virtual, hay que llenar las casillas que solicitan nombre, apellido, correo electrónico, contraseña, sexo, fecha de nacimiento y dar un *clic* en "Registrarse". Si ya se forma parte de este espacio en red, se coloca el nombre o correo electrónico, contraseña y *clic* en "Iniciar sesión". Entonces se está listo para ingresar al espacio virtual "para confiarle el manejo de una buena parte de nuestra vida social a una página de internet" (*Ibíd.*: 20).

Cuando se ingresa a este espacio virtual, se encuentra todo un sistema para reflejar lo que el sujeto quiera y decida mostrar. Él es el único editor, productor y creador del contenido que los demás pueden ver. "Las comunidades virtuales están diseñadas, precisamente, para permitir a sus usuarios la posibilidad de recrearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos" (Aguilar y Said, 2010:194).

Facebook cuenta con la pestaña "Información", donde el usuario describe sus datos personales, trabajo, estudios, gustos e interés. "Fotografías" y "Videos" invitar a alimentar la página propia con esos recursos. Estas son opciones de plataformas precedentes, como MySpace de Messenger. Uno de los elementos "revolucionarios" de Facebook es la opción para *taggear,* es decir, etiquetar a

los contactos o identificarlos, de manera que se va tendiendo una red, pues además así se posibilita recibir notificaciones de la interacción que el contenido genera. Si bien en un inicio el 'etiquetar' era sólo posible en las imágenes, hoy se puede hacer lo mismo con los contenidos textuales.

También se puede enviar, aceptar o rechazar solicitudes de amistad. "Notas" es otra pestaña enfocada en el contenido textual e invita a escribir poemas, ideas o recordatorios. "Evento" permite difundir información sobre actividades próximas y también ser invitado a ellas; las opciones de respuesta son "Asistiré", "No Asistiré" o "Tal vez asista", con la posibilidad de crear sincronización con el calendario del celular. "Fan page" y "Grupos" son otras alternativas que el usuario tiene para seguir la interacción de círculos específicos; normalmente se busca o se sigue los que responden a los gustos e intereses personales propios. En "Estado" y "Publicaciones" se encuentra el gratificante "Me gusta", y las opciones de "Comentar" y "Compartir".

La gran pregunta de Facebook, "¿Qué estás haciendo ahora?", que en los últimos años ha cambiado por "¿Qué estás pensando?", representa un salto esencial: del Hacer al Ser.

Facebook ha cambiado imagen y ubicación de sus funcionalidades y/o aplicaciones. La introducción de la "Biografía" es una de ellas, la que reemplazó al "Muro" y cambió por completo el aspecto de la página. Esto ha hecho que "obligatoriamente" el usuario elija una foto para su portada, mucho más grande y significativa comparada con la del perfil.

Otras facilidades son las de "Destacar", "Editar comentario" y "Editar privacidad". Existe, asimismo, la alternativa de especificar el estado anímico con "Me siento", o la actividad con "Estoy escuchando", "Estoy viendo", "Estoy leyendo", etc.

Algo nuevo, que se ha tomado de Twitter, es el *hashtag* que está simbolizado por un numeral (#) y que se coloca antes de las palabras claves o expresiones claves de las publicaciones. Esto crea un enlace capaz de ser alimentado por todas aquellas personas que alrededor del mundo usen el mismo identificador. El enlace ordena las publicaciones desde las más nuevas hasta las más antiguas. Algunos *hashtag* que marcaron la agenda nacional fueron, por ejemplo, #TodosconAlAzar, una movida generada en La Paz en respaldo al caricaturista Alejandro Salazar que fue duramente atacado por la comunidad orureña debido a una caricatura

que interpeló un accidente mortal que se produjo durante el Carnaval 2014, y #RechazoALosPercyMoscas, en repudio a la repetición de acciones de acoso a las mujeres por parte de Percy Fernández, actual alcalde de Santa Cruz de la Sierra.

Facebook, tres años después de su creación, alcanzó los 19 millones de miembros en todo el mundo. El periódico lanacion.com, versión digital del diario argentino La Nación, publicó en enero de 2014: "Facebook indicó que ahora tiene 1.230 millones de usuarios mensuales, 945 millones de los cuales acceden al servicio a través de un teléfono móvil o una tableta".

Twitter

Creado en marzo de 2006 por Jack Dorsey, Twitter es un *microblogging* que consiste en *bloggear* mensajes cortos. Inicialmente pasó por nombres como Status, twitch, Twttr, para finalmente quedarse con Twitter. Cada publicación se denomina *twitt*, que en inglés significa "pío de un pájaro". Es por ello que también su ícono es un pájaro de color celeste. Permite a sus usuarios mandar y recibir mensajes o tweets que están limitados a 140 caracteres. Ésa es su cualidad esencial: la brevedad y rapidez de los mensajes de texto, a los que también se pueden agregar enlaces o imágenes.

Es la red social que en los últimos tiempos ha adquirido más relevancia entre la clase política y periodística. En palabras del filósofo Alejandro Piscitelli, se ha convertido "en uno de los mecanismos de comunicación más poderoso de la historia" Orihuela (2011).

En los últimos años ha crecido a pasos gigantescos; de 2009 data la versión en español y ya en 2013, Twitter tenía 200 millones de usuarios en el mundo. A diferencia de la jerga de Facebook, en Twitter no se trata de amigos ni contactos, sino de "Seguidores" que pueden requerir o no aprobación, de acuerdo con las configuraciones de privacidad. Para elegir a quién seguir, hay una lista de usuarios, personas u organizaciones con cuentas propias. También ofrece opciones como "Seguir", "Seguidores", "Dejar de seguir", "Bloquear". Al acto de reproducir contenido se denomina "Retwittear". Esta red es la promotora fundamental del uso del *hashtag* (#).

Cristina Aced (2010) afirma que los usuarios prefieren gestionar sus cuentas de Twitter desde plataformas externas. Resulta útil para personas que

se conectan con frecuencia desde dispositivos pequeños, pues es práctico estar informado en tiempo real de lo que sucede mediante mensajes cortos. Antes de postear algo, la pregunta predeterminada es "¿Qué está pasando?", muy distinta al "¿Qué estás pensando?" de Facebook.

YouTube

YouTube se autodescribe como "un sitio web de videos fundado en febrero de 2005 que permite que miles de millones de usuarios encuentren, vean y compartan videos originales. YouTube ofrece un foro para comunicarse con los usuarios de todo el mundo, para informarles y para inspirarlos, y sirve como plataforma de difusión para creadores de contenido original y anunciantes de cualquier tamaño".

Creado por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, un año más tarde fue adquirido por Google en 1.650 millones de dólares. En sus inicios consistía en compartir videos personales con amigos; pero fue creciendo rápidamente y empezó a publicar fragmentos de películas, programas de televisión, documentales y videos musicales; incluso varias empresas decidieron subir comerciales y difundirlos a través de la web. Actualmente se trata de una plataforma en la que el usuario puede suscribirse, crear su cuenta y propio canal, el mismo que permite tener un perfil público en YouTube y comentar en otros videos, guardar material en listas de reproducción, aunque también esos videos pueden ser vistos sin apelar al canal.

4. Santa Cruz y sus hiperespacios juveniles

Para contextualizar Santa Cruz y ubicar los espacios en que se mueven sus jóvenes, es necesario identificar las traslaciones del poder y el protagonismo que se otorga a ciertos grupos sociales en la región. En tal sentido, Claudia Peña (2007) identifica cinco periodos de concentración del poder y de formación de las élites, cuya conclusión es la tenencia de tierras como fuente de ese poder. Mientras que el letargo caracteriza al primer periodo y el auge de la goma al segundo, el tercero marca el inicio del rol actual de Santa Cruz como motor económico, con la Revolución Nacional de 1952 como hito. El cuarto periodo,

que se inicia en la década de 1980 y alcanza al 2000, se distingue por la toma de consciencia frente al proceso de crecimiento y globalización. En este periodo, se fortalece el empresariado que adquiere medios de comunicación, por ende, se hace dueño del discurso hegemónico. El inicio del quinto periodo está marcado por las luchas sociales que Peña caracteriza por la incertidumbre, coincidente con el planteamiento de Bauman (1999) acerca de la época actual que el llama modernidad líquida. De esta forma, al haber conseguido Santa Cruz ser un motor económico, su actual desafío es el protagonismo político (Pinto, 2010).

Hoy en día, si bien los medios son asumidos como el cuarto poder, se está sacramentando que las redes sociales digitales son el quinto. Quien tiene la información tiene el poder, se dijo siempre, y el ejercicio ciudadano condicionado por el acceso a la información así lo reivindica. Pero son tiempos de incertidumbre en los que las naciones son conscientes del manoseo de la información emitida a través de los medios masivos tradicionales. Por ende, las redes devienen en espacio de periodismo ciudadano, donde la población puede informarse de lo que la prensa estarían desinformando, infrainformando o malinformando, como especifica Vegh (2006).

De esas tendencias no está exento el ámbito nacional y, por ende, el local. Quedan para la consideración las 3 millones de cuentas en Facebook de Bolivia y la mirada de los medios sobre lo que está pasando en las redes sociales: debates de líderes de opinión, posición de autoridades públicas, acciones del grupo Anonymous y lo acontecido con las protestas sociales, ejemplo de las cuales son los cinco casos analizados en este trabajo, a los que se puede sumar las movidas de "Más y Mejor Internet para Bolivia" y "Comunidad de Software Libre", entre muchas otros. Dada la brecha generacional y digital, son los jóvenes los que se han apropiado de este espacio, el que usan como una plataforma de interacción regional, nacional e internacional.

5. Ingreso a la era digital

Mientras que en la década del 50 del siglo XX, Santa Cruz era *conectada* al resto del país mediante carreteras, el Ejército estadounidense había terminado de conectar sus bases en red, logro que dio inicio a la historia de internet en el mundo. Con la imposición de la globalización, los esfuerzos bolivianos para

contar con esa tecnología se emprendieron en 1988, en 1989 se logró establecer la Red Boliviana de Comunicación de Datos BolNet y en 1990 se pudo enviar el primer email desde La Paz. Internet llegó a Santa Cruz en 1995, mediante el cableado telefónico (Torrico, 2003); actualmente es el departamento más conectado dadas sus 1.292.964 cuentas (ATT, 2014). Sin embargo, la región, como el resto de Bolivia, se enfrenta a carencias estructurales para acceder a un servicio de internet de calidad, así como su población sufre de analfabetismo digital.

Pese a esto último, el uso de las TIC en los jóvenes está replanteando las reglas de las relaciones familiares, sociales, educativas y laborales. Su fuerza transformadora marcó un periodo desafiante entre 2002 y 2004, cuando en el contexto boliviano se apreciaron los primeros tintes propios de la configuración de una sociedad global de la información, caracterización que encuentra cabida en tanto se masifica la presencia de las TIC y Nuevas TIC-NTIC.

Este torbellino de tecnologización enfatiza el salto "repentino y masivo" del que habla Waldmann (2008), autor que sostiene que el tejido social cruceño no desplaza sus valores, sino que logra hacer que coexista un código cultural moderno y uno estamental. De hecho, es posible articular algunas características cruceñas —identificadas por Waldmann— con las que participa de la sociedad global de la información y de la *Civilización del espectáculo,* descrita por Vargas Llosa (2012). Con la primera comparte principios como la autodeterminación, la democratización de la cultura, la solidaridad y la pertenencia local. Y de la civilización del espectáculo se hace parte dado su gusto por el ocio, la poca receptividad de la actividad intelectual, la relevancia otorgada a la imagen y el placer concentrado en la farándula y el escándalo. Elementos que hoy quedan claros con el éxito de dichos contenidos en los medios masivos tradicionales.

6. La investigación y los jóvenes

Los jóvenes son los protagonistas de las transformaciones sociales ocurridas por el ingreso a la era digital. Según Reig (2013), el acceso a internet se ha convertido en una actividad cotidiana para prácticamente todas las personas de 16 a 24 años. Considerando lo dicho, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de 2011, de los 2.861.811 de habitantes que constituyen la población cruceña, aproximadamente el 14% son jóvenes de entre 16 y 30 años, personas

que estarían accediendo a la red como parte de su cotidianidad. Tan inmersos están los jóvenes en la tecnología, que la percepción del resto de la población, entre los que hay analfabetos (desconocen los códigos) y apocalípticos (los satanizan), es descalificadora y considera que tales conductas son perjudiciales, una pérdida de tiempo que aísla, aliena y deprime a las nuevas generaciones.

Lejos de las adjetivaciones, el hecho es que las tecnologías son "un medio de comunicación, de interacción y de organización social" (Castells, 2001), en el que los jóvenes se valen de ellas para realizar las mismas actividades que hacían antes de internet. Castells asegura que "internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son". Los jóvenes en Santa Cruz se valen de muchas formas para acceder al servicio, tales como puntos fijos, café internet o conexiones en el hogar, que son el 10% a nivel nacional, o redes móviles, usando celulares o *módems*, que son el 25% en todo el país (ATT, 2014).

De lo que se carece en Bolivia, o es muy incipiente, es de legislación y estrategia con respecto al uso como ejercicio ciudadano. Ausencia notable dado el intenso uso que hacen los jóvenes de las redes sociales y que en el caso cruceño reconfigura las formas de interacción social al articularse en redes a nivel nacional e internacional. Es posible notar que las políticas han llegado hasta donde las investigaciones han llegado: a tomar lineamientos con respecto al acceso a internet, como es el caso del Derecho a la Información y Comunicación y la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. A continuación se realiza un recorrido por los estudios realizados en Bolivia.

Con respecto a estudios de campo, se encuentra el realizado por World Internet Project (en Torrico, 2003) que encuestó a personas de entre 15 y 50 años sobre sus modalidades de acceso a internet, los usos que hacen de ella para sus actividades de educación o relaciones amistosas, laborales y económicas. La empresa consultora CIES Internacional (en Torrico 2011) encuestó en 2009 a 515 personas de las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz respecto de sus posibilidades y hábitos de acceso a internet, los servicios que usan de ella y su vinculación a redes sociales.

El comunicador Erick Torrico, como parte de la Universidad Simón Bolívar, realizó en 2011 un estudio que apunta a la oferta comercial de las TIC y los usos

de los adolescentes y jóvenes en las ciudades de La Paz y Santa Cruz. Él mismo ha participado, en tanto director del Observatorio Nacional de Medios (Onadem), junto con la Fundación UNIR Bolivia, en dos estudios: uno de 2011 sobre la recepción de los medios de comunicación y otro de 2012 sobre el nivel de conocimiento del Derecho a la Información y Comunicación. En cuanto a los resultados, se sabe que la mayoría de la población prefiere la radio y la televisión y que todos los consultados señalan problemas de acceso e infraestructura en internet, pues sólo un 9,45% de los hogares tienen conexión a la red, dato que también confirman el INE (2012) y la ATT & Broad Commision (en Rivero, 2013). De todas maneras, esas limitaciones se superan en la medida en que la mayoría de los investigados dice acudir a lugares públicos para conectarse (CIES, 2009), aunque de acuerdo con los datos actuales de la ATT (2014), el 25% se conecta desde accesos móviles.

Cabe resaltar que en materia de costos, relacionados éstos con el nivel salarial del país, se tiene el servicio de internet más caro y además el más lento del mundo (Chambi, 2013). Además, según el Informe de Desarrollo Humano de Bolivia, la sociología del internauta boliviano indica que se trata de una persona de entre 16 y 35 años, de clase media y de zona urbana, y que entre las redes sociales más populares se encuentran Facebook, Twitter y YouTube (Ortuño, 2012).

Los estudios nombrados siguieron objetivos muy similares, entre los que priman las descripciones de lugar de acceso, frecuencia, tiempo de uso y propósitos de la conexión a internet. Además, los casos nombrados apuntan a indagar únicamente de manera cuantitativa y finalizar con porcentajes y hacer comparaciones estadísticas.

Se separan de este grupo Arratia *et al.* (2006), quienes se ocuparon de conocer cualitativamente los propósitos y los usos de internet en colegiales de 15 a 19 años y en estudiantes universitarios trabajadores de 20 a 24 años de tres barrios populares de la ciudad de Cochabamba. Entre sus resultados se encuentran los propósitos de uso, las diferencias por sexo y las formas de aprehensión de esa tecnología. Es notable la apreciación que se hace en cuanto a la resignificación de espacios de socialización: de la plaza del barrio al café internet. Sin embargo, este estudio fue realizado en 2003, cuando Messenger y Mirc reinaban en la vida digital, libres de los monstruos de Facebook, Twitter y YouTube.

El trabajo de grado sobre la recepción de Facebook, realizado en 2010 por Elías Gutiérrez, estudiante de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno

(UAGRM), emplea metodologías cualitativas y cuantitativas para comprender el 'Faceboom', como lo denomina Faerman (2009). Ese estudio señala que entre las motivaciones para el uso se encuentran la evasión de la realidad, la inclusión al grupo social y la independencia de las figuras de autoridad. Es decir que Facebook representaría un medio de evasión en el que los jóvenes comparten su vida sin sentir la coerción de la autoridad, por ende, apuntarían a la independencia y la inclusión generacional. Ese estudio, empero, fue realizado entre estudiantes de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Ciencias Exactas y de la Tecnologías de la UAGRM; por lo que la población no es representativa de la juventud cruceña. Asimismo, se hizo antes de la masificación de los denominados aparatos inteligentes, sobre todo los celulares que permiten una conexión permanente a internet.

Otro aporte, aunque se trató de reflexiones más que de un estudio, es el caso de las jornadas de Charlas Libres realizadas a fines de 2012 en La Paz (Quiroz *et al.,* 2012), bajo el título de *Internet, partidos políticos y ciberactivismo en Bolivia* y que puso en la mesa los siguientes elementos: 1) La coyuntura política se debate en las redes sociales y, de hecho, hay más actividad política gestada en ellas por los ciudadanos que por las organizaciones formales. La actividad estaría enmarcada en un espacio con características democráticas. 2) Hay un nuevo ciudadano con compromiso social, como un soberano que filtra información y se forma constantemente a través de medios digitales, para aportar con su participación en ellos. 3) Sin embargo, se reconoce la falta correspondencia bidireccional entre el activismo del sillón y el activismo de calle.

Esa misma ponencia confirma la existencia de eventos de ciberactivismo con impacto en las decisiones públicas, mediante el uso de Facebook, Twitter, YouTube, Scribd, Avaaz, Change, foros y acciones *offline*. Entre tales logros figura el apoyo de la ciudadanía a la Marcha por el TIPNIS; la campaña Más y Mejor Internet para Bolivia; el debate y lobby para la Ley de Telecomunicaciones y la defensa del espacio cultural Manzana Uno (*Ibíd.).* Como conclusión se asienta que, pese a que la actividad virtual aumenta en épocas de campaña y sólo repite la información que sale en los medios masivos, se valora la incursión de líderes nacionales y distintos espacios de la sociedad.

Nuevas movidas, producidas luego del anterior evento, es decir entre 2013 y 2014, son innegablemente destacables: "Se van los 300, me voy yo";

"Revolución Jigote" y "Justicia por la masacre en Terracor III", que lograron articular manifestaciones en el eje central del país (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz).

Las redes sociales digitales, que serían temidas y mal aprovechadas por los partidos políticos (Arce, 2013), estarían poniendo en agenda temas públicos y dando lugar al debate oficial (Quiroz, 2013). Y, aunque tendrían un peso inicial en el debate político, su valor radica en que están canalizando rebeldías y malestares (Cortez, 2013). Prácticas que se enmarcan en lo descrito como ciberactivismo por Vegh (2006).

Respecto al ciberactivismo, Gabriela Álvarez (2013) ha hecho un trabajo de grado titulado *Activismo y ciberactivismo: expresiones comunicaciones en Bolivia a través de la Web 2.0*, cuya metodología consiste en entrevistas abiertas a ciberactivistas estratégicos a nivel nacional. Sus conclusiones indican que en Bolivia el ciberactivismo es incipiente, ya que se trata de la participación de la clase media-alta y de una generación específica. Por lo que, afirma, es una práctica emergente en tanto se da por nuevos canales de expresión de ciudadanos, fortalecidos principalmente por las imágenes.

Hasta acá se tiene un terreno fértil facilitado por los aportes de las investigaciones. En cuanto a las conclusiones sobre los jóvenes, los estudios cuantitativos, que datan de hace varios años ya, apuntan a condiciones generales de acceso y frecuencias de propósitos de uso. El trabajo que articula ambas metodologías se realizó sólo con estudiantes de dos facultades de la universidad pública de Santa Cruz. Las cualitativas, que son más recientes, han trabajado sobre las características del ciberactivismo, tratando aspectos generales y específicos, y apelando a entrevistas y apreciaciones de actores estratégicos.

Si el uso de las redes abre un espacio potencial de interpelación al poder y de reconstrucción de prácticas sociales, incluso del destino de una nación, se desconoce el uso y la valoración que de ellas hacen los jóvenes. El presente trabajo apunta a hacer un aporte ante el vacío de datos cualitativos específicos generados con los jóvenes, en particular en Santa Cruz de la Sierra. La coyuntura de los últimos años —aunque con matices y objetivos distintos—, está marcada en tal sentido por los grupos "Coodapma del TIPNIS", "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural", "Se van los 300, me voy yo", "Revolución Jigote" y "Justicia por la masacre en Terracor III".

Si se atiende a la teorización de Castells, esos grupos son redes de indignación válidas, pues "son desencadenados por una chispa de indignación relacionada con un acontecimiento concreto o bien porque ha llegado al límite de la repugnancia ante el comportamiento de los gobernantes" (2012: 215). Algunos de tales grupos han logrado mantener la horizontalidad de la red cuando han organizado comisiones para el activismo en calle —y no sólo a nivel regional, también nacional— y para formalizar sus demandas ante las autoridades públicas, lo que los constituye en redes de esperanza, ya que "se convierten en movimiento al ocupar el espacio urbano y deliberar en el espacio de autonomía" (*Ibíd.*: 212).

Los movimientos sociales coherentes con la explosividad de la dinámica social, que son el centro del presente estudio, se hacen notables por dos razones: están protagonizados por jóvenes y son digitales a pesar de la baja penetración del servicio de internet en Bolivia, pese a la brecha generacional. Todavía se espera que el satélite boliviano de comunicaciones Túpac Katari, en órbita desde este año, posibilite el acceso a internet en todo el territorio nacional.

7. Partipación, libertad y ocio en Bolivia y Santa Cruz

En la sistematización de experiencias del Programa Democracia (Casa de la Mujer *et al.,* 2008), se hace evidente que, aunque las autoridades impulsan cambios en las estructuras físicas de la ciudad, aún no apuntan a motivar el desarrollo de la participación y el ocio de los jóvenes para generar alternativas sostenibles a sus necesidades y demandas. Se afirma así que los jóvenes "no son reconocidos como actores importantes de la política y de la sociedad" y se menciona que ha existido esfuerzos institucionales para involucrarlos en procesos de participación democrática, pero que el terreno ha sido estéril, pues los jóvenes no estarían preparados para sostener un diálogo creativo (*Ibíd.*: 14).

Se explica que, entre las causas de este fenómeno, se encuentra la mentalidad adultocéntrica, que implica una desvalorización del poder de acción de los jóvenes. En efecto, la juventud está representada socialmente como informal, desviada, incapaz, inexperta, protagonista de la transgresión, carente de seriedad, imposible de autogobernarse, en transición hacia la madurez, entre otros. Se convierte así, ante los ojos adultos, en un sector sospechado y sospechoso de todas las enfermedades sociales, un espacio fértil para justificar la exclusión

y la marginalidad política. Aspectos que serían aún más acentuados dado el poco acceso a la información, entendida esta última como base del poder y herramienta contra la manipulación (*Ibíd.).*

Esa realidad está atravesada por un gran ingrediente racista (*Ibíd.*), especialmente acentuado desde el ascenso al poder del indígena Evo Morales Ayma, cuyos aciertos y errores habrían sido mediatizados por las organizaciones sociales encabezadas por las élites cruceñas. Los intereses de éstas, afectados con la llegada de un presidente "de izquierda" (Sivak, 2007), habrían motivado que esta élite, en posesión de los medios de comunicación, resignificase política y xenofóbicamente la identidad cruceña y la representación social de lo "camba"/"cruceño" (*Ibíd.*). En consecuencia, los niveles de discriminación según la pertenencia cultural habrían subido, elemento sencillo de ser implantado dada la "mentalidad estamental" que regiría en Santa Cruz (Waldmann, 2008), con lo que se habría alimentado un desprecio y negación de los orígenes hacia y en las propias masas migrantes.

Este complejo entramado encontraría su contraparte en una desconfianza hacia la política y la democracia por parte de los jóvenes, quienes se sentirían sin la suficiente fortaleza ni posibilidad para asumir los retos y responsabilidades que emanan de los derechos a la participación y toma de decisiones. Procesos dialécticos cuya síntesis sería la carencia de potencialidad para la articulación de demandas y timoneo de su propio destino. Por ende, habría menor probabilidad para gestionar los cambios, incapacidad de ejercer control en los espacios de participación y poder. Condición que "constituye a la vez un reto y a la vez una oportunidad para promover políticas con equidad de género y equidad generacional" (Casa de la Mujer *et al.,* 2008).

Con respecto a las prácticas de ocio, éstas giran en Santa Cruz en torno de relaciones familiares y sociales. Como espacios de entretenimiento y relajación se recurre a *pubs*, cafés, discotecas, plazas, gimnasios, espacios naturales, museos, centros culturales y también páginas de videos, textos o imágenes enlazadas en medios masivos, internet y las redes sociales digitales.

Lo que viene a continuación es un recorrido por el hiperespacio social construido por los jóvenes en Santa Cruz, sus dinámicas, sus actores, sus intereses y preocupaciones, su consciencia en tanto protagonistas de la vida política del país y su capacidad de incidencia.

CAPÍTULO III

Indignaciones inalámbricas

1. EnREDados por una Manzana

¡Y se dio el Manzanazo! Con el fresco aroma de aserrín y troncas de madera de cedro y cupesí en el aire y al filo de la tarde, las personas fueron reuniéndose en la plaza, la central, la de la manzana número uno de Santa Cruz. Llevaban manzanas verdes y carteles blancos, lápices, caricaturas. "¡La Manzana no se toca!", gritaron su rechazo a los afanes políticos de desalojar del corazón de la ciudad el espacio de arte bautizado como la Manzana Uno. El diputado y presidente de la Brigada Parlamentaria cruceña, el opositor Moisés Salces, tendría que repensar los planes de ocupar todas las instalaciones del edificio destinado a labores legislativas. Que hagan su trabajo, se oía decir, que buena falta le hace a la ciudad, pero que no toquen el espacio cultural.

El apetecible e histórico edificio blanco en cuestión es de los más antiguos del centro urbano. Se erige en la vereda sur de la plaza principal y su construcción data del 24 de septiembre de 1873. Desde que se inauguró en 1890, funcionó como Casa de Gobierno, Corte Superior de Distrito, sede de las milicias reales, carceletas para los delincuentes y predio policial. Cuando se realizó la repartición de solares[3], se dividió el frente sur de la Plaza de Armas en dos espacios: uno para la Iglesia Matriz —actual Catedral Cruceña— y otro para las autoridades cívicas y militares, de manera que quedaron continuos y cercanos el poder político y el religioso.

---

3 Solar: en el caso cruceño, lote de terreno de 25 metros de frente por 50 de fondo.

En los primeros años de la República de Bolivia, el edificio fue propiedad del Estado central, representado por una Prefectura que lo fue dejando en el abandono. En 2005, una parte del inmueble, la más descuidada, fue vista por los artistas Ejti Stih, Juan Bustillos y Valia Carvalho como la ideal para irradiar desde allí ideas encarnadas en obras de arte. El Concejo de la ciudad, pues para entonces el Gobierno Municipal se había constituido en custodio del lugar, suscribió un convenio en favor del proyecto cultural.

La información de perfil en la página de Facebook de la Manzana Uno la define como espacio de arte, como galería sin fines de lucro. Si bien el nombre adoptado responde al lugar geográfico en el que está situada, resulta interesante ahondar en el significado de la manzana el uso del fruto dentro del arte y la literatura: desde la mitología griega, con la manzana de la discordia, pasando por la religión cristiana, con la fruta prohibida y pecaminosa, hasta los cuentos populares infantiles como el de Blanca Nieves o las pinturas surrealistas de Rene Magritte y Vladimir Kush. La manzana, por lo demás, debido a su forma esférica, sin inicio ni fin, representa inmortalidad y fecundidad. Feliz casualidad que Manzana Uno sea el nombre de un espacio pensado para acoger el ingenio artístico, sea en sus salas como fuera de ellas, en el espacio público que las circunda.

Sus inconfundibles salas blancas, cubiertas de imaginación, creatividad, iniciativa y talento, no siempre lucieron así. Fue necesario un intenso trabajo de limpieza y remodelación para ofrecer a los artistas nacionales e internacionales un lugar apropiado para compartir sus obras con el público. Los gestores de la idea, Stih, Bustillos y Carvalho, luego de firmar el convenio con el Gobierno Municipal iniciaron la búsqueda de fondos para restaurar la planta baja que se iba a ocupar y que estaba literalmente en ruinas. Personas particulares, empresas e instituciones cruceñas respondieron a las gestiones y así se recuperó y transformó lo que durante 13 años se había convertido en un "motel" y un baño público, pese a la declaratoria del edificio como patrimonio histórico. La nueva historia comenzó a correr el 27 de septiembre de 2005, cuando la Manzana Uno abrió sus puertas.

Alrededor de la Manzana Uno se ha visto pasar muchos talentos: escénicos, musicales, artesanales, gráficos, tanto de escuela, como de calle. Escenario de conciertos de rock a la luz de la luna seguidos por entusiasta público unido por el *mosh*, espacio de humor de domingo familiar gracias a algún artista callejero,

reuniones juveniles de *Street Dance* y teatro callejero. O del grafiti que realza la esquina de la Catedral, entre las calles Ingavi e Independencia, justo allí, al frente de las tiendas de artesanías.

Siete años de trabajo, más de 70 mil visitas de gente de todas las edades y la perspectiva de un espacio conquistado se vieron cuestionados por la Brigada Parlamentaria. El 24 de octubre de 2012, el presidente del ente estatal, Moisés Salces, sin mediar consulta alguna, comunicó a Ejti Stih y Juan Bustillos (Carvalho vive fuera del país) la necesidad de los diputados de tomar todo el inmueble, por lo que la Manzana Uno tenía hasta el 15 de diciembre para retirarse.

En el centro urbano cruceño hay cinco centros culturales, en su mayoría particulares, tres o cuatro galerías de arte y ocho museos. El municipio no cuenta con una Oficialía Mayor de Cultura, sino con una Dirección de Cultura, Patrimonio y Turismo. El presupuesto con que debía funcionar hasta 2013 era de menos del 2% del total del municipio. La noticia de las intenciones de Salces circuló por las redes el mismo 24 de octubre e incluso en La Paz y el diario de circulación nacional *La Razón* informó en su versión digital: "La Manzana Uno debe dejar su espacio por orden de la Brigada parlamentaria cruceña".

Daniela Bascuñán (*La Pulga*), pelirroja, profesora de inglés y actual vocalista de una banda, chilena radicada en Santa Cruz, creadora e impulsora de la página en Facebook en defensa de la Manzana Uno. La pulga se enteró de la noticia por su amigo Alejandro Apodaca. ¿Qué hacer? Viralizar (compartir masivamente), fue la respuesta y Facebook la herramienta. El miércoles 24 de octubre de 2012, a las 18.30, desde el celular de *La Pulga* se creó el grupo "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural" y "se tuvo una respuesta que no esperábamos, porque en cuestión de horas la gente empezó a unirse, unirse y unirse, llegamos a tener 10 mil seguidores en dos días", cuenta Bascuñán, a quien todavía hoy le dura el asombro por lo que desencadenó: un movimiento que se cita obligatoriamente cuando se habla de ciberactivismo en Bolivia.

En una entrevista con el periódico *La Razón*, edición de papel, Salces argumentó la existencia de problemas entre los diputados a causa de los espacios de trabajo: oficinas que más de tres de ellos se veían obligados a compartir. Luego, en conferencia de prensa, la autoridad apeló a la Ley 3811 de diciembre de 2007, que traspasó el edificio a favor del Congreso Nacional, y dijo que, por tanto, ningún espacio dentro de él podía seguir siendo usado por dos personas como

bien privado. "Queremos que se abra a otros artistas, que vengan de los barrios y las provincias con su arte", expresó y añadió que en virtud del artículo 3 de la cita ley se podía usar la fuerza pública para desalojar a personas e instituciones. Ni sospechaba lo que se le venía encima.

En Facebook, la gente exteriorizó indignación y rabia ante la posibilidad del desalojo. La movida saltó de las redes a los medios masivos de información. Los periodistas Marcelo Suárez y Leyla Anas publicaron en el diario *El Deber*, el de mayor circulación en Santa Cruz: "Desde que la sombra del desalojo se posó nuevamente sobre el espacio de arte Manzana Uno, el apoyo de la gente no se hizo esperar. Y en tiempos en que las redes sociales han cobrado un inobjetable protagonismo en nuestras vidas, su alcance quedó en evidencia con la repercusión que tuvo el tema entre los internautas. La carta del presidente de la Brigada Parlamentaria, Moisés Salces, que solicitaba a los coordinadores del espacio cultural que se retiraran en diciembre de este año provocó un rechazo generalizado en gran parte de los usuarios de Twitter y Facebook".

Los comentarios fueron del tipo:

Marco Vásquez-Román Me sumo a la iniciativa, defendamos la cultura, digamos presente tod@s.
Me gusta · Compartir · 24 de octubre de 2012 a la(s) 19:38

Eddy Peña Arano Qué pasa con el activismo del movimiento artístico de esta ciudad???, hasta en eso nos cagamos??? Claro que deberíamos marchar!, claro que hay que gritar!, son dos movimientos que debemos generar: uno procedimental para conseguir desde la parte institucional un resultado a nuestro reclamo, pero también generar activismo con protestas en las calles! es nuestro derecho, no sólo como artistas, sino como ciudadanos!
Me gusta · Compartir · 24 de octubre de 2012 a la(s) 19:38

La Pulga Bascuñan Miglino Ok. No se habló de ninguna marcha, se creó el grupo para que la gente esté informada de lo que está sucediendo y ver la mejor forma de preservar el espacio cultural

de la Manzana 1. Ya teníamos pensado hablar con Ejti. Tengo entendido que J.A. Prado ya lo hizo. Sería cuestión de ver quiénes se involucran seriamente, para poder acordar cómo y cuándo plantearíamos el problema con el objetivo de ser escuchados. Esito sería por ahora.
Me gusta · Compartir · 24 de octubre de 2012 a la(s) 20:09

Darwin Pinto Cascán Pregunto: ¿se sugiere alguna acción para evitar que esto suceda? Si es así, me anoto...
Me gusta · Compartir · 25 de octubre de 2012 a la(s) 9:03 cerca de Santa Cruz

Gerson Rivero Parada Verdá!!! y si mejor pedimos que la Brigada se vaya de ahí y ampliamos la Manzana 1? Hagan el ejercicio y vayan cualquier día a cualquier hora, rara vez van a encontrar un parlamentario allí.

La senadora del oficialismo Gabriela Montaño y miembros de la directiva de la Brigada parlamentaria, a sólo un día de iniciada la protesta en las redes, comunicaron su postura través de los medios. Montaño declaró que aquella decisión no había sido consultada ni con la Presidencia de la Cámara de Senadores ni con la Directiva de la Brigada Parlamentaria Cruceña, que se rechazaba el desalojo y que tal decisión la había tomado Salces a nivel personal. La diputada Jessica Echeverría, de la directiva de la Brigada, confirmó esa falta de consulta y fue más lejos al sugerir que el edificio histórico debía ser para los artistas y que los parlamentarios se buscasen otro lugar para sesionar. Esta legisladora se unió al grupo del Facebook y garantizó su apoyo y el de otros parlamentarios para evitar que la expulsión se concretase.

Y algo más. El ministro de Culturas, Pablo Groux, tuiteó desde su cuenta personal: La Manzana Uno es "una institución cultural que ha ganado el respeto y cariño del pueblo cruceño y boliviano con mérito propio". Luego subrayó: "No apoyamos el desalojo".

En el grupo, las reacciones fueron tiñéndose de entusiasmo.

Amanecer Tedesqui Tengo la sensación de que la Manzana 1 ¡es BATALLA GANADA!, ya es casi un hecho, los pocos asambleístas… no se atreverán a seguir con la nefasta idea de dejarnos sin manzana. Ahora, lo más importante, sería aprovechar el caudal de energía que se está generando alrededor de la manzana y ver de encaminarla hacia un concepto de ciudad/país que contemple la cultura como una parte integral del estado mismo y del vivir diario… digo esto porque siento que la cultura siempre ha sido olvidada, poco valorada y es hora de cambiar la historia. ¿Qué opinan?
Me gusta · Compartir · 25 de octubre de 2012 a la(s) 2:06

El grupo abierto "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural" fue creado principalmente para informar a la población sobre lo que estaba sucediendo, llamar la atención de las autoridades pertinentes y evitar el desalojo, comenta *La Pulga*. La reacción de la gente no se hizo esperar.

La movida, que fue creciendo en la red, la rebasó y tomó las calles. La masa se organizó, hizo propuestas y provocó el Manzanazo. Ese 26 de octubre, personas de todas las edades fueron llegando a la plaza con manzanas en mano o carteles que traducían el descontento y la preocupación que no se dieron por satisfechos ni con las conferencias de prensa de autoridades como la senadora Montaño o del propio Salces, que salió a explicar que no había pedido el desalojo, sino la remodelación del edificio para dar luego una solución definitiva a la galería de arte. Así pues, bandas musicales, como Animal de Ciudad, El parche y Doble A, entre otros artistas, se confundieron con el ciudadano de a pie.

El evento presencial convocado por Alis Rioja en Facebook fue apenas el articulador para algo que ya era una voluntad que fue tomando cuerpo y dando forma a ideas más ambiciosas: que el centro de la ciudad se convierta en un referente cultural y que la Manzana Uno no solamente mantenga su espacio, sino que tome todo el edificio: *La queremos entera, no mordida.*

Días después de la concentración, tal como se había propuesto en el grupo, se habilitaron libros para pedir firmas de los ciudadanos. Voluntarios salieron a las calles con ese objetivo y se pasaron horas explicando a otra gente la causa y su

importancia. Varias tardes de octubre transcurrieron hasta lograr un manuscrito que expresase el sentimiento común y la indignación de las personas.

Entre tanto, un sobre enviado desde la ciudad de La Paz, una semana después de iniciada la protesta, trajo una misiva firmada por Álvaro García Linera, vicepresidente del Estado Plurinacional de Bolivia. Según *La Pulga*, se trataba de "una invitación para que Ejti y Juan se reuniesen (con García Linera) con el fin de discutir acerca del destino del espacio". Exaltada, la activista afirma que "las redes sociales fueron donde se gestó todo esto, donde se generó; los medios de comunicación fueron el nexo entre redes sociales y autoridades".

El 27 de octubre, *El Deber* publicó: "La Manzana Uno se queda en manos de los artistas", citando a la diputada del MAS, Betty Tejada, que había informado sobre la orden del vicepresidente Álvaro García Linera de elaborar un proyecto de ley para que la Brigada parlamentaria cruceña ceda en favor de la Manzana Uno el uso de los ambientes en cuestión.

Stih y Bustillos, esperanzados e ilusionados, citados por la prensa admitieron: "No fuimos nosotros los que reaccionamos de manera espontánea a través de las redes sociales para defender este espacio, fue una respuesta del pueblo. Creo que la gente se ha apropiado de este espacio para expresar sus ideas y talentos. La población fue la que se sintió afectada".

> **Carlos Hugo Molina**
> Sin duda, Daniela Pulga, interpretaste la oportunidad que se necesitaba y tod@s estamos comprobando el valor de las Redes... Para completar la tarea, defendamos ahora el INSTITUTO DE BELLAS ARTES... La estupidez no tiene ideología aunque siempre actúa con la misma torpeza, y hay que darle duro donde aparezca. Este es un buen momento... La movilización ciudadana a través de este espacio y muchos otros, ha funcionado!
> Me gusta · Compartir · 26 de octubre de 2012 a la(s) 13:20

Con el paso del tiempo, la victoria del momento sabe a poco. La Manzana Uno sigue ocupando el espacio, pero enfrenta problemas de presupuesto y su propia situación es incierta. Las ideas ambiciosas, de tomar todo el edificio o de avanzar en otras necesidades, como las de Bellas Artes, quedaron en suspenso.

2. Los 300, el origen de La Resistencia

Si los ojos son la ventana del alma por donde aflora la verdad, una de dos: algo estaba pasando con las bisagras de esa ventana o la verdad estaba jugando a las escondidas. O quizás esa verdad no se sentía lo suficientemente producida para ser televisada en vivo a nivel nacional. Tal imagen provocó la presencia de Nadia Eid, gerente de Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial de Tigo[4], durante los diez minutos de su participación en el programa *No Mentirás*, emitido a principios de mayo de 2013. Eid, el rostro visible de la empresa, sabía que entre sus televidentes se encontraban usuarios molestos. Dichos usuarios no estaban sólo del otro lado de la pantalla grande, sino también detrás de las pantallas chicas de los ordenadores. Sostuvieron un reclamo que ganó adeptos en las redes sociales y tomaron la calle el 1 de mayo. Con cemento debajo de los pies y tenacidad en las ideas, decían a voz en cuello: "Si tienes Tigo, estás jodido". Esta protesta pacífica ante las puertas de la empresa, instalaciones que unos pocos policías se apresuraron a proteger, se había vivido en otras ciudades de Bolivia. La veintena de jóvenes, y su grito mientras pisoteaban chips simbólicamente, fue mostrada por el programa con el titular de "Protesta contra Tigo. Rechazo a cambio de plan de internet".

Esa ocasión ha debido ser una dura prueba para Eid, acostumbrada a girar por los medios con notas como: *Tigo mejoró su infraestructura, Tigo gestionó un curso, Tigo lidera el mercado,* etc., tenor positivo que tienen las informaciones ligadas con la empresa si se revisa, por ejemplo, las notas del periódico *El Deber*. Las pocas informaciones que salieron en los medios masivos escritos, referidas a la molestia de los usuarios, hoy están solamente en el caché de Google[5]. Ocurre que la alianza publicidad-periodismo pasó, en ese 2013, por un difícil momento vivido en directo y con una anfitriona, Jimena Antelo, caracterizada por exprimir hábilmente a sus entrevistados hasta arrancarles el dato escamoteado y que por ello despertó expectativa.

---

4 Empresa de servicios de telecomunicaciones que es parte de la Telefónica Celular de Bolivia S.A.–Telecel.

5 Un componente que almacena datos duplicados de contenidos que ya no están disponibles en las páginas de origen. Dato revelado por el colectivo Más y Mejor Internet para Bolivia.

La protesta contra Tigo se debía al cambio en el plan tarifario Internet Total, también conocido como el plan 300x3, o simplemente los 300, que consistía en 300 megabytes por tres bolivianos, cuya vigencia expiraba a las 23.59 del día de la compra, es decir la oferta más atractiva del mercado. O la opción menos mala de internet móvil en un país en el que internet por cable tiene una penetración menor de 10%, carece de cupos libres, no tiene planes de extensión y es demasiado caro en comparación con parámetros continentales de velocidades y de proporción entre salario mínimo y costo del servicio. De allí que el plan atrajese a más de 70 mil usuarios.

Gustavo Conde, activista cruceño del colectivo Más y Mejor Internet para Bolivia[6], enfatiza en los antecedentes para entender mejor la trascendencia de los 300: "La madre del cordero es que en Bolivia no hay cobertura de redes alámbricas, entonces al usuario no le queda más alternativa que comprar un modem USB, contratar internet móvil y usarlos como acceso primario. Eso causa la saturación". Además, "las operadoras quieren hacer ver que internet móvil es una alternativa válida de acceso fijo, cuando en realidad la gente debería tener acceso ADSL en su vivienda. Si tienes la suerte de vivir donde hay cobertura, tienes que rezar para que haya un puerto libre, lo que es prácticamente un milagro. Yo diría que es una discriminación tecnológica no tener el mismo acceso si uno vive lejos del centro urbano, como en el Plan 3000 o en el octavo anillo de Santa Cruz".

El cambio en Internet Total representó que el plan 300x3 aumentase a 55x2, sin mejoras en la conexión, lo que incendió las redes sociales en abril de 2013 y multiplicó las quejas ante la Oficina de Atención al Consumidor (Odeco), las que seguramente figuran en los archivos administrativos de Tigo.

"¿Qué es lo que ha pasado con Tigo?", pregunta Jimena Antelo. Nadia Eid gira y hace un ademán de zambullido, como quien espera el golpe pero no quiere verlo. Las ventanas, bien avisadas, se entreabren tan poco que la base azul del set es el único que absorbe la mirada de la gerente. "Este espacio…

---

6 "Más y Mejor Internet para Bolivia" es un colectivo clave en la movida activista y ciberactivista en el país. Nace en 2011 y, aunque cuenta con miembros *online*, su fortaleza a nivel *offline* ha sido evidente a la hora de defender derechos. Entre sus logros más importantes se encuentra la reducción en 30% de las tarifas de internet de la empresa Cotas.

eeeh… de verdad que va ser de mucho aporte para informar a la población", balbucea luego de saludar a la teleaudiencia. Y confirma: Internet Total ya no seguirá, pues hay "un escenario distinto, desde el punto de vista regulatorio-normativo, y desde el punto de vista de uso y condiciones de red". Eid se refiere a que, antes, los 300 no eran acumulables y que de acuerdo con la ley, desde febrero de 2013 en adelante deben acumularse y estar disponibles para su uso por 90 días. La ley se aplicaría incluso retroactivamente. Este nuevo escenario modificaría también las condiciones de red, pues "hay un incremento importante en el tráfico que está derivando en saturación. Las velocidades no son las esperadas, entonces el usuario tiene cierto grado de dificultad para poder navegar", argumenta la gerente al tiempo que remarca el compromiso de Tigo con las leyes del país y con dar un servicio de calidad a los usuarios.

En contraste con la promesa de legalidad y calidad, la página web de la empresa no publica los derechos y deberes de los usuarios, hace notar Luis Rejas, ciudadano que inició y ganó un proceso contra Tigo. Él mismo señala otro problema, anterior incluso a los 300, como la modificación en la forma de cobro, por parte de la empresa, sin pedir la autorización o avisar al usuario. Se refiere específicamente al hecho de que un usuario adquiere un paquete —nombre que da Tigo al acceso a servicios por un costo menor del normal— y un vez que ése se agota, el próximo tiene un costo mayor, incremento del que el usuario no se entera. En realidad, Tigo notifica que volverá al tarifario normal, pero lo hace luego de haber absorbido el crédito del usuario. De hecho, el mensaje: "Sus megas se están por terminar" llega junto con el de: "¿Te quedaste sin crédito? ….", luego de que los Bs 100, 50, 30 o el monto de saldo se absorbiese sin opción a devolución. Esta forma de proceder fue causa del proceso legal ganado por Rejas, con resolución de enero de 2013, y que hasta ahora no es ejecutada por la Autoridad de Regulación del área.

La historia de Rejas es ilustrativa. Boliviano, vivió muchos años en España y allí aprendió que cuando algo no funciona hay que reclamar, no conformarse. Ahora radica en La Paz, y el proceso contra Tigo lo llevó adelante contra viento y marea de la burocracia típica de la administración boliviana. Al principio, los abogados se le reían y le recomendaban no meterse con una representante de una firma transnacional. Rejas, decidido, se aferró al timón y no renunció. Pensó, sin embargo, que era necesario subir a otros al barco y optó

por un blog: doloredecabezacontigo.blogspot.com[7]. Espacio que le sirvió para contar sus peripecias y explicarle al ciudadano común cómo proceder con un reclamo, además de facilitar contenidos para sostener el procedimiento y hasta expresar su voluntad y disponibilidad para acompañar personalmente a quien lo requiriese. Por lo que ahora es conocido como Mr. Odeco y es miembro del colectivo Más y Mejor Internet para Bolivia.

Las fallas técnicas de Tigo son un problema constante, apunta Rejas. Son huecos en el sistema, crónicos, no solucionados hasta ahora. De hecho, una de esas fallas técnicas sucedió durante las semanas previas a la modificación de Internet Total. Debido a la acumulación de megas, que debía ser ejecutada desde febrero y con retroactividad, los usuarios aparecieron con cantidades inimaginables de dichas megas. Conde cuenta que "los megabytes (MB) de nuestras cuentas fueron manoseados: un día yo aparecía con 80 MB, otro día con 16 mil; llegué a tener 72 mil. Los iban quitando y aumentando como si fueran cuentas de prueba".

De yapa[8] y de pronto, el 30 de abril había que pagar extra si se quería acceder a los MB acumulados. Ésta fue otra causa por la que Rejas inició un nuevo proceso legal, no sin antes invitar por Facebook, entre otros medios, a los que quisieran sumarse. Difundió el edicto en varios grupos[9], uno de ellos "Se van los 300, me voy yo". Éste fue el grupo protagonista que se visibilizó "y creció como pipoca", compara Conde. Algo que otro activista de Más y Mejor Internet para Bolivia, Mario Durán, confirmó en declaraciones en el diario *El Día*: más de 19 mil miembros en cinco días.

La movida, que nació por los 300, logró canalizar la molestia, rabia y rebeldía, además de transformarlas en intervenciones creativas. Facebook se inundó de memes: imágenes que representan y/o interpelan una situación desde el humor, para lo que utilizan gestos típicos, frases populares e imágenes de personas, lugares

7 Rejas explica que prefiere un blog para ordenar y administrar el contenido de acuerdo con sus objetivos, a diferencia de lo que pasa con algunas plataformas en Facebook.

8 Añadido que el comerciante otorga al cliente luego de su compra como atención o gesto de amabilidad. En este caso, está usado con ironía.

9 Un grupo en Facebook es una plataforma que tiene creadores y administradores. Los contenidos van subiendo o bajando de lugar de acuerdo con la interacción que generan y no por el orden de creación.

o situaciones que por la familiaridad ayudan a condensar significados. Por ejemplo, entre esos memes aparecieron personajes de la telenovela peruana *Al fondo hay sitio*, muy popular en Bolivia, pronunciando sus parlamentos icónicos, como "Basuuuuuura" o "eso no es amor", pero dirigidos a Tigo. Los miembros del grupo también se alentaban, con ejemplos, para usar espacios de programas *prime time* de la televisión a fin de difundir mensajes SMS imprecando a la telefónica en cuestión. Asimismo, compartieron información práctica sobre cómo "generar odecos" para exigir el regreso de los 300, se pasaron la voz sobre qué respondían los agentes de *callcenter* y construyeron argumentos para alegar. Rejas contribuyó señalando los pasos a seguir en una denuncia por el cobro para acceder a los MB acumulados: mandar un email a la ATT, cuyo contenido se generaba en un formulario facilitado a través del blog de Rejas. El ente regulador debía responder dando un código odeco, el que luego permite hacer el seguimiento correspondiente. El email fue, en efecto, enviado con copia a los correos de cada emisor para confirmar que el despacho hubiese sido exitoso. Lo que no llegó a cambio es el esperado código o número de hoja de ruta personal designado por la ATT: como si los emails se hubieran perdido en el espacio virtual.

Rejas se dirigió, portando una lista con los datos personales de las 140 personas que enviaron el email, a las oficinas de la ATT. Se encontró con que allí no quisieron recibir ni firmar las copias como recibidas. Así que presentó una denuncia en la Defensoría del Pueblo y un representante de esa institución lo acompañó para hablar con el encargado del departamento legal de la ATT, quien le respondió con el argumento de que se estaba haciendo abuso de derecho. Es decir, los funcionarios de la ATT estaban desviando y concentrando en alguien más sus propios abusos y atropellos de los derechos de los usuarios al no responder a los 140 emails recibidos. El proceso, como se ha dicho, aún no tiene epílogo. Sobre el contenido de los emails, la coincidencia fue el reclamo por el abuso de tener que hacer un nuevo pago para acceder a un servicio cuya transacción de adquisición ya había sido efectuada. Es decir, si un usuario tenía 80 MB acumulados, para acceder a ellos tenía que pagar el nuevo precio de Internet Total, es decir Bs 2 por 55 MB: 300,6% de incremento. Tal procedimiento y costos son vigentes hoy por hoy.

Rejas considera que hubo otras alternativas que Tigo podría haber asumido, como un paquete transitorio; pero al subir tanto y tan abruptamente

el costo, "obligó a que la persona renuncie a sus derechos adquiridos en una compra ya efectuada". Luego de la desaparición misteriosa de los 140 reclamos, el proceso está siendo replanteado, ya que es asumido por Rejas como el único abordaje factible al problema de los 300, pues encuentra que, en tanto se trató de un cambio de las reglas desde el Estado, Tigo estaría en su derecho de modificar sus costos; por lo que no sería una opción pedir el regreso de "los 300".

Ese regreso fue la razón del nacimiento y lucha del grupo "Se van los 300, me voy yo". La última convocatoria que realizó el grupo, ya en 2014, es decir un año después de la intensa movida, fue para la *prolleada,* combinación entre protesta y trolleada[10]. Se invitó a participar de una protesta *online* contra todas las operadoras de Bolivia, para burlarse de ellas o mandarles reclamos por la baja velocidad y los altos precios. *Pedro Gutiérrez*, promotor del grupo en Santa Cruz, indica que esa actividad no nació de los administradores, sino por iniciativa de miembros del grupo que sintieron la inactividad en sus filas. El objetivo fue llamar la atención de las empresas sobre un tema que estaba quedando en el olvido. Sin embargo, *Ian Uriel*, promotor del grupo en Cochabamba, acota que aunque en esos días ingresaron 4.000 miembros al grupo, la Operación Prolleada fue un desastre, pues "podemos ser un millón, pero si se pierde por lo que se lucha, ¿de qué sirve tanta gente?".

De ese grupo se desprendió otro: "Los 300, La Resistencia", que sostuvo la creatividad y afinó las formas, estableció sinergias con otros colectivos y viró sus energías y objetivos a la lucha por mejor internet. Así, los primeros día de mayo de 2014 organizó en Cochabamba la #OP_Babosa para denunciar la lentitud de internet y las altas tarifas. La protesta partió de la Plaza de las Banderas y fue encabezada por jóvenes disfrazados de caracol que rodaron lentamente acostados en patinetas seguidos por compañeros con carteles en mano y grito de consignas. Interrumpieron un carril del tráfico vehicular y ni los policías pudieron evitar la pacífica marcha. Otro caracol fue el protagonista del Día Internacional de Internet, el 17 de mayo de 2014, en La Paz, movida encabezada por Rejas.

Esta protesta, llamativa sin duda, tiene antecedentes en las medidas creativas del grupo cuna desplegadas en mayo de 2013. Además de la explosión de memes,

10 Hacer una broma con matices de engaño.

los miembros —que al 14 de septiembre de 2014 llegaban a 31.870—, a fines de abril de 2013, además de sentar "odecos" y llenar de SMS los programas de televisión, inundaron con sus reclamos la página de Tigo en Facebook. Pero fue Anonymous Bolivia, un grupo nacional articulado a una vasta red mundial, el que puso el toque de diferencia y marcó el proceso de una ciberprotesta, hito nacional por ser la primera con carácter cibermasivo en el país. La máscara de V de Vendetta, con la tez blanca y las cejas y bigotes negros y delgados, identifica a Anonymous. Los que la portan son los guerrilleros del siglo XXI, como los denominó el titular de *El Deber*, que con las armas cibernéticas organizan protestas consistentes en inhabilitar una página, parodiar su contenido o redireccionar a otra página web.

A fines de abril de 2013, Anonymous Bolivia convoca en Facebook a la #OpTigo, una operación de ataque distribuido de denegación de servicio, cuyo nombre abreviado es DDoS por las siglas en inglés *Distributed Denial of Service*. Esto es como si miles de personas pidiesen la comanda a una mesera al punto de inmovilizarla, explica *Shoshy*, uno de los principales promotores del movimiento "Se van los 300, me voy yo" en Santa Cruz. La diferencia es que una persona emite una comanda y robots simulan que se trata de diez. Anonymous compartió las indicaciones para acceder a un programa que multiplicaba el número de intentos de acceso al portal web de Tigo (www.tigo.com.bo o a m.tigo.com.bo, para celulares inteligentes), el que fue exitosamente empleado, al punto de que el servidor no pudo responder. No fue hackeado, sino saturado, aclara *Shoshy*. Al mismo tiempo, por motivos de seguridad, Anonymous compartió las indicaciones para esconder la IP, cuyas siglas en inglés significan Protocolo de Internet, el que equivale al carnet de identidad de un equipo en la red. Se trata de un código modificable, ya que en Bolivia las IP son dinámicas, aclara Conde.

El llamado para la #OpTigo, además de publicaciones escritas, fue realizado con un video. Con tonos de suspenso de fondo, la internacionalmente conocida figura vestida con bata negra, máscara blanca y hablando con voz distorsionada apareció una vez más en YouTube, esta vez en rechazo de la modificación del paquete Internet Total. El mensaje fue: "Atención ciudadanos de Bolivia, deseamos llamar su atención. Hoy, 27 de abril, la empresa Tigo dispuso ya no contar con su servicio de INTERNET TOTAL. Era el más barato. Era una buena opción para

las personas del país. Los bolivianos pagan las tarifas más altas del continente. No puedes esconderte de la realidad en la que te encuentras viviendo. Tenemos derecho a un mejor y digno servicio de internet. Tenemos derecho no vivir como esclavos de nuestras empresas telefónicas. Somos Anonymous. Somos legión. Nosotros no perdonamos. Nosotros no olvidamos. Espérennos".

Anonymous Bolivia había modificado en el pasado el contenido de otras páginas, como las de la Dirección Departamental de Prevención y Robo de Vehículos (Diprove), la Vicepresidencia de la República y las empresas privadas Multivisión y Promociones Gloria. En una ocasión, la página de la ATT (att.gob.bo) apareció con letras blancas sobre fondo negro diciendo:

> "¡Los verdaderos ladrones son ustedes que no hacen nada por el servicio de mierda que recibimos por parte de las empresas de cable y con internet!
>
> Si quieren que no tengamos tv satelital [libre], entonces ¡bajen los precios y mejoren la calidad de cable! Nosotros estamos con el pueblo".
>
> ¡SOMOS ANONYMOUS BOLIVIA, SOMOS LEGIÓN!
>
> NO PERDONAMOS, NO OLVIDAMOS
>
> ¡YA LLEGAMOS!

La noche del 30 de abril está marcada en la historia del ciberactivismo nacional, pues por primera vez se produjo una acción virtual masiva, coordinada y sincronizada. La cita empezó puntualmente a las ocho de la noche, cada quien frente a un ordenador. *Shoshy* destapó una cerveza helada que le habían traído desde el extranjero para una ocasión especial, y esa noche era especial pues tenía aires de festejo de Año Nuevo. A los 20 minutos de iniciado el DDoS, la página web de Tigo sucumbió saturada por los miles de intentos de acceso que además se multiplicaban por 10. Según *Shoshy*, bastó leer las instrucciones para participar, no se necesitaba ser un experto en informática.

El exitoso ataque habría durado unas cinco horas, luego de las cuales los técnicos de Tigo establecieron dos estrategias. Por un lado, redireccionar

a aquellos que accedían a m.tigo.com.bo, es decir, desde celulares, y por otro, bloquear las IP que intentaban ingresar más de tres veces a www.tigo.com.bo. Hubo hacktivistas que se quedaron 12 horas de corrido, indica *Shoshy*. Esa noche se publicó una imagen que, con la estética publicitaria de Tigo, rezaba:

> Compañeros
>
> Hoy se hizo historia!
>
> Hoy se hizo justicia!
>
> Hoy Tigo perdió, y nosotros le ganamos!
>
> 30.04.13

Nadia Eid confirma el ataque DDoS cuando Jimena Antelo le pregunta —incorrectamente— "por el hackeo". La gerente de Tigo responde: "Tuvimos un ataque cibernético importante y obviamente nuestra gente del equipo trabajó inmediatamente. Fue reestablecido en dos horas. Nos preocupa un poco la intencionalidad, cuando nosotros no hacemos nada por el camino de la violencia, la agresión".

Anonymous Bolivia le dijo a *El Deber* que acciones de este tipo son de protesta, efectivamente, pero distintas de un bloqueo en las calles que perjudican al ciudadano o dañan bienes públicos y/o privados; en cambio, "se ataca directamente a quien está en contra del pueblo". Lo agresivo o pacifista de estas medidas es hoy parte del debate teórico de la cibersociedad. En wikileaksbolivia.org se explica que tales acciones no sólo que no traen efectos positivos, sino que llevan a asociar "ataque informático" con "hackers" y a éstos con "gente peligrosa". Al dar cabida a semejante asociación, se estaría facilitando la descalificación, sin argumentos, de las protestas porque, ¿quién va a apoyar, debatir o escuchar a "gente peligrosa"? En la misma lógica, Conde pondera como productiva la ruta tomada por "Más y Mejor Internet para Bolivia", que consiste en abrir espacios de diálogo, negociación y conciliación; "porque con gritar y amenazar no se soluciona nada".

Eid expone: “Estamos preservando los derechos que tienen los 3 millones de usuarios que conforman la familia Tigo y que definitivamente tienen la oportunidad de seguir utilizando, disfrutando y beneficiándose con la oferta que tenemos”. Antelo pregunta: “Con el incremento que se va a hacer ahora, ¿cuánto más gastará el usuario por la misma cantidad de megas?”. Eid, cabizbaja y titubeante, se limita a responder que “a partir de Bs 2, el usuario tiene acceso a diferentes paquetes”. La periodista no vuelve a preguntar ni retoma el incremento del 300,6%, ni que el tráfico de Tigo se había incrementado en un 60% gracias a los 300.

Que algo así suceda en la televisión, “supongo que es porque los noticieros y los medios están llenos de auspicios de las Telco[11]” considera *Pedro Gutiérrez*. “Nosotros, al principio, buscamos cobertura difundiendo lo que pasaba en las páginas en Facebook de los medios, memes, denuncias; pero reaccionaron sólo cuando se hizo el DDoS a Tigo”. En efecto, esta empresa es la Telco privada que más invierte en la pantalla: 7,7 millones de dólares americanos en 2013, monto proporcional al liderazgo de Tigo en las ganancias por servicios de valor agregado, pues en 2012 le correspondió el 52% de 5 mil millones de dólares que fueron los ingresos totales de las telefónicas, provenientes sólo del nuevo nicho constituido por servicios de SMS, y conexión de datos, con todas las posibilidades de aplicaciones que internet permite, entre las que sobresalen las redes sociales digitales. Tigo tiene asimismo el minuto de prepago más caro del mercado, un mercado en el que el 90% de los usuarios de telefonía móvil son prepago y Tigo vende servicio al 30% de ellos.

Así como la gente de Tigo se encuentra informada de cuanto pasa en su portal web, también conoce lo que se gesta en las redes sociales, donde de hecho tiene una *fan page*. Ésta se llenó de memes y reclamos debido al retiro de los 300. *Shoshy* revela que su cuenta fue bloqueada por Tigo en 93 oportunidades. Por tanto, Tigo estaba al tanto de la molestia de sus usuarios y podría haber sabido del ataque organizado por Anonymous. *Pedro Gutiérrez* cree que más que de las empresas, los *facebookeros* desconfían de los rastrillajes de la ATT. En efecto, la noche del DDoS a Tigo se habrían filtrado ciertas IP y los espías camuflados como camuflados habrían difundido el miedo por Facebook,

11 Genérico de las empresas de telecomunicaciones.

afirmando que la empresa podía tomar acciones legales, cuenta *Shoshy*. No fue difícil que el cunda el pánico: la gente tuvo mucho miedo de lo que podía pasar y efectuó la retirada del DDoS.

De hecho, durante el ataque DDoS, el grupo "Se van los 300, me voy yo" sufrió una especie de dictadura informática, puesto que sus administradores auténticos fueron eliminados por administradores infiltrados. "No me explico cómo pudo pasar", admite *Shoshy*, pues es muy difícil llegar a ser administrador si sólo eres miembro, añade *Pedro Gutiérrez*. Ante ese panorama y con la noticia oficial de que el plan de los 300 no regresaría, comenzaron a reinar el caos y la resignación.

Es entonces cuando *Shoshy*, que hasta entonces era sólo un miembro del grupo, decide involucrarse para coordinar la movida en Santa Cruz y llama a reunión en el Parque Urbano. "Fueron ocho, y de los ocho, los ocho tenían miedo". Al estilo de Raúl Mamani, carismático humorista boliviano, con 'chistesitos' que calman la ansiedad, *Shoshy* lograría apaciguar los ánimos. Las reuniones se repitieron otras veces más, y aunque los asistentes no siempre fueron los mismos, cuatro se mantuvieron constantes. Luego del caos, ellos tuvieron claro que "los 300" no volverían y, tal como haría La Resistencia en 2014, decidieron cambiar de objetivo y fundar JUXUMI: Jóvenes Unidos X Un Mejor Internet.

Hubo el intento de mantener el volumen de los reclamos mandando mensajes a los programas de televisión, llamando a los callcenter de Tigo y también posteando reclamos en el muro de Facebook de la empresa. Algunas capturas de pantalla muestran que los administradores de Tigo en Facebook insultaron a los usuarios que reclamaban, acusándolos de 'reclamones' y 'yescas'[12]. Pero fue otra la captura de pantalla que logró más fama nacional e incluso determinó que se ganara un proceso por publicidad engañosa, pero eso no sería sino a principios de 2014.

La mañana del 1 de mayo de 2013, la prensa relató el DDoS a Tigo; en los mismos medios, la ATT indicó que se trataba de delitos informáticos que serían procesados. Pero los ciberactivistas, a sabiendas de sus derechos, tenían claro que la Ley 164 no especifica delitos informáticos. Con los bríos que la lucha por la justicia otorga, decidieron que el 6 de mayo hackearían el portal de la ATT. Según miembros de "Se van los 300, me voy yo", dada la complejidad de la hazaña, los autores fueron Anonymous Bolivia con

12 Persona que cuenta con poco o nada de dinero para solventar sus gastos.

colaboración internacional. Pero Anonymous Bolivia le dijo a *El Deber* que desconocía a los autores y las intenciones de tal acción, y Conde cree difícil que haya sido Anonymous, porque lo que pasó con la ATT no requiere de grandes destrezas tecnológicas.

Al día siguiente del ataque a la ATT, el ente regulador comunicó que tenía identificados a 15 hackers y que se había detenido a algunas personas. Para *Shoshy*, lo dicho no era sino un intento de amedrentamiento, ya que él se comunicó con sus compañeros en Cochabamba y nadie sabía nada de ningunos detenidos. Sin embargo, *Pedro Gutiérrez* sostiene que sí se trata de procesos legales reales. Eliana Quiroz, influyente ciberactivista boliviana, concuerda y afirma que se encontró la forma de iniciar los procesos. En efecto, el portal de la ATT anunció que los delitos penales cometidos eran: Instigación Pública a Delinquir (Art. 130 del Código Penal), Resistencia a la Autoridad (Art. 159), Impedir o Estorbar el Ejercicio de Funciones (Art. 161), Daño Calificado (Art. 358) y Acceso Indebido y no Autorizado a Soporte Informático Causando Perjuicios al Titular de la Información (Art. 363). Conde puntualiza que los delitos informáticos no se encuentran especificados por ley y, aunque lo estuvieran, la IP no alcanza para identificar personas, sólo equipos, además de que las IP son dinámicas en Bolivia. "Somos intocables", enfatiza *Shoshy*.

Cuando Antelo le pregunta a Eid por el número de afectados, la respuesta es que sólo se trata de 2.000. Por tanto, retruca ahora Rejas, las 27 mil personas reunidas en el grupo en Facebook estarían allí por deporte. *El Deber* reportó al respecto que 70 mil usuarios se registraron el último día de funcionamiento del plan Internet Total, y que 100 mil eran ya los usuarios.

La ATT bendijo la modificación del plan Internet Total al indicar que en la acomodación a la nueva regulación, las empresas podían modificar sus servicios y costos. La ATT "no nos apoyó", lamenta *Pedro Gutiérrez*. La reguladora modificaría más adelante su posición, al indicar que iniciaría un proceso contra Tigo porque ésta, al calcular incorrectamente su capacidad, habría ofrecido un servicio que luego no pudo sostener, de manera que habría jugado con las expectativas de los usuarios.

Tigo fue multada con un millón y medio de dólares por publicidad engañosa, como dice el documento que trajo algo de noción de justicia a los usuarios a principios de 2014. Éste es el producto del proceso iniciado por

la ATT gracias a una captura de pantalla de Facebook en la que se registra el diálogo sostenido entre el usuario Kevin Uriona y un administrador de Tigo. Uriona expresa su satisfacción por la 'promoción' de los 300x3, a lo que el representante de Tigo le responde que "no se trata de una promoción, sino de un servicio que es para siempre".

Desde Tigo se alegó que una conversación en redes sociales no tiene los efectos vinculantes de un contrato, que de hecho esos detalles no están en sus carpetas administrativas. Se argumentó también que el 'para siempre' sólo hacía referencia a la vigencia indefinida del plan. La ATT respondió que ciertamente la referencia no se encuentra en las carpetas, pero sí en el espacio virtual, a sólo unos clics de quien la busque en Google. Facilidad de búsqueda que la ATT se encargó de hacer evidente mediante notario. También indicó que, de acuerdo con ley, la empresa es responsable de dar al usuario información precisa y pertinente, indicaciones que son vinculantes. Por ende, decir que era un servicio para siempre es publicidad engañosa, concluyó el documento que también especifica el cálculo de la multa que le corresponde a la telefónica.

Para Conde, se trata de una cantidad pequeña en comparación con el daño causado. Además, no se contempló una indemnización a los usuarios por la modificación del plan, indica. Según Rejas, la resolución carece de pies y cabeza en tanto Tigo está respaldada por la figura de que "una comisión de imposible cumplimiento no es exigible en derecho". Es decir, no se puede pedir la ejecución de un contrato si las reglas de la cancha son modificadas por el Estado. Por ende, si una empresa ofrece algo y el Estado cambia las leyes, aquella tiene el derecho de modificar su oferta y el Estado no puede exigirle que mantenga los contratos anteriores que fueron acordados en situaciones distintas. ¿Casualidad que la medida se produzca tan lejana de mayo de 2013 y tan cercana a las elecciones presidenciales de 2014?

Quizás la ATT se esté haciendo un 'auto DDoS', ya que regula muchas áreas: carreteras, correo y comunicaciones virtuales. De hecho, la división del ente regulador es otro de los pedidos de Más y Mejor Internet para Bolivia.

Luego del DDos y los problemas que sufrió la página de "Se van los 300, me voy yo", los administradores originales volvieron a ocupar sus puestos, aunque todos con perfiles falsos. Para superar susceptibilidades, los líderes nacionales retomaron sus reuniones por Skype y también se aseguraron de generar reuniones

físicas locales e interdepartamentales para afianzar lazos. Esto sostuvo los reclamos por deficiencias en el servicio y motivó —en el caso cruceño— a organizar una manifestación pacífica en la plaza principal de Santa Cruz, el 17 de mayo de 2013, Día Internacional de Internet. En la ocasión se logró recolectar más de 130 firmas en un banner, lo que imposibilitó su uso para gestionar los reclamos, pues de acuerdo con la ley, debieron haberse registrado en un libro notariado. *Shoshy* explica que organizar actividades con el grupo nunca fue fácil, como tampoco lo fue conseguir la cobertura de los medios. Los masivos sólo respondieron cuando Tigo se vio afectado por el DDoS; nada antes y nada después. JUXUMI, por su parte, ha hecho una pausa desde 2013. En 2014, solamente "300 La Resistencia" se activó y organizó la #Op_Babosa, cuyos líderes también se desplazan para articular movidas en otras ciudades del país:

> **FaCheroo Libre**
> 26 de Mayo a las 15:32
>
> Bueno jóvenes mañana tenemos una reunión para plantear nuevas ideas de cómo hacer notar el mal servicio que últimamente se está notando en el supuesto internet 4G de Timo y Vivos; además que tendremos la visita desde Cochabamba de un buen espartano llamado Ian Uriel, el cual como otros colegas más, realizaron la operación babosa.
> Ciudad: Santa Cruz de la Sierra !!
> Lugar: Puertas del Instituto Infocal !!
> Hora: PUNTUALMENTE 20:30pm !!
> Esperamos su asistencia y que participen con nuevas ideas, algún número celular para encontrarnos nos envían inbox a Pedro Gutiérrez o a mi persona.
> Posdata: ESTA BELLACADA DE 4G PARA CON CORTES. CARAJO NO ME PUEDO MORIR !!!!!

Hacia el final de *No Mentirás*, Antelo le concede el micrófono a Eid para que se dirija al país y ésta se despide enfatizando en el "compromiso de una empresa que está priorizando las necesidades y expectativas de los clientes". Del otro lado, y en el subterráneo, se encuentra *Shoshy* como un Aquiles cuyo talón

están curando y que sólo sale cuando 'las papas queman'. Arriba se encuentran *Pedro Gutiérrez* e *Ian Uriel*, organizando las movida, y Conde aportando a la cultura del reclamo, como Rejas que apunta a sentar un precedente, por lo que ejerce sus derechos como usuario, diligente inicia procesos e indica los pasos para que otros se adhieran y reclama que "hay puro lloriqueo" en el tema de "los 300", cuando nadie se pronuncia. Pero también se emociona y enorgullece cuando ve la Operación Babosa en Cochabamba. Desde esas coordenadas, se lee:

> **Ian Uriel**
>
> Esto no termina para que estén dando punto final. Es una eterna lucha. Lo es y lo seguirá siendo.
>
> 3 de marzo a la(s) 15:11 · Me gusta ·

A más de un año de los 300x3, quizás sólo los administradores del sitio saben si "Se van los 300, me voy yo" es apenas un espacio de chistes racistas y quejas, o de voyeristas espectadores del escándalo. Hoy, invadidos por el miedo, o embargados por la desesperanza y el pesar, los miembros del grupo se encuentran ante el desafío de reencauzar su lucha y lograr sinergias para alcanzar cambios concretos en los servicios de internet en Bolivia. De ese accidentado caminar se filtra "300 La Resistencia" y titilan a lo lejos luces que muestran que quizás en Santa Cruz y en Bolivia no #SomosLegión, pero #NoPerdonamos #NoOlvidamos. #Espérennos (los).

3. Chester y el cosmos animalista

Podríamos seguir el ejemplo en muchos puntos de la ciudad... hasta que seamos escuchados y se haga justicia...", reza el muro de Facebook de una ciudadana indignada. Ella intenta convocar a la ciudadanía cruceña a seguir el ejemplo de lo acontecido en Turquía, donde multitudes de personas se unieron en silencio y de pie en las plazas, a manera de protesta, para demostrar su rechazo al gobierno, mientras la policía no sabía qué hacer. Pero ¿de qué justicia habla la ciudadana en Facebook y a qué se refiere?

Una señora de casi 70 años criaba 27 gatos en su casa de la Urbanización Terracor III, en la ciudad de Warnes, cercana a Santa Cruz de la Sierra. El 31 de diciembre de 2013 recibió el llamado de su hijo, a quien había encargado que cuidase de las mascotas, quien le informó que un grupo de personas estaba en su domicilio, tocando a la puerta y dispuesto a matar a los gatos.

Un testimonio de Facebook de un vecino describe así a ese grupo: "Sólo había unas cuantas personas uniformadas, que son de aquí, de la posta, y la mayoría estaba vestida, así, normal". De acuerdo con Claudia Araúz, miembro del movimiento animalista en Santa Cruz, esas personas no presentaron credencial ni permiso u orden para proceder, pero exigieron que los 27 gatos fuesen entregados para su sacrificio. Cuando la dueña de casa llegó al lugar y vio que nueve animales suyos estaban sin vida, echó a su hijo porque "no supo cuidar la vida de sus demás 'hermanitos'".

El periódico *El Deber* llamó "eutanasia" a este caso. Los defensores y amantes de los animales lo tildan aun ahora de "masacre". Según Fátima Carrillo, presidenta de la junta vecinal de Terracor III, que tuvo que ver con el operativo, las autoridades de Warnes sólo velaron por la salud de los vecinos.

Lo que sucedió es que se había detectado un caso positivo de rabia canina en la urbanización. Se trababa de Chester, perro que antes de ser detectado como enfermo se había paseado por las calles durante 14 días, como todo can que tiene la libertad de salir de su casa para pasear por donde quiere, olfatear por los rincones, encontrarse con otros perros y comer lo que encuentra al paso. Yenny y Cheo, amos del animal, estaban preocupados porque de pronto habían visto al perro agresivo, salivando y sin aceptar ni a los que le eran conocidos. La pareja no sabía qué hacer; al principio se pensó que Chester se había intoxicado por comer chancho, pero luego, la preocupación les hizo comunicarse Carrillo.

En el muro de Facebook de la junta vecinal, la presidenta tiene escrito lo que respondió a los preocupados Yenny y Cheo: "Voy a pedir ayuda… es peligroso… en la universidad lo tienen que detectar… corren peligro las personas más allegadas porque se contagia con la saliva… hay que sacarle análisis". Ella llamó primero al Servicio Departamental de Salud (Sedes), de donde la derivaron con Zoonosis y de allí con la Perrera Municipal. Como en esta última respondieron que el caso no era de su jurisdicción, la dirigente vecinal llamó

a Defensa Ciudadana que la envió a Alerta Temprana. Luego de mucha insistencia, por fin le notificaron que enviarían a gente de la Perrera.

Una vez confirmado el caso de rabia, se tomaron medidas, incorrectas para algunos, a fin de eliminar el mal lo más pronto posible: matar a todas las mascotas del lugar. no sólo se mató a los gatos, sino a más de 70 mascotas.

"Nos han amenazado personas de la directiva (con) que no quedará ni un bicho vivo, que matarán a todos, le pese a quien le pese y que es obligatorio", escribió un vecino en la página de Facebook de Carlos Valverde, conductor del programa televisivo "Sin letra chica". Él mismo opinó sobre el tema: "Masacre llevada a cabo por gente sin corazón, salvajes, bestias, etc., etc., que sin fundamentos ni conocimientos (o peor aún, con ellos) de los protocolos a seguir en caso de que hubiera rabia en alguna zona específica, ultrajaron la vida de 71 animalitos (entre perros y gatos) inyectando formol, asfixiándolos para hacer que mueran rápido, traspasando fierros por el paladar hasta el cerebro, quemándolos cuando aún estaban vivos".

Esta forma de actuar hizo que Terracor III sea declarada en "alerta roja". Araúz, defensora independiente de los animales, considera que lo único que consiguieron los dirigentes vecinales fue empeorar la situación. Los protocolos mandan poner en cuarentena a los animales, para observarlos. De confirmarse el cuadro de rabia, entonces se debe aplicar una eutanasia a cargo de un veterinario competente.

Se puede ver, en una nota que subió Carlos Valverde en su Facebook, fragmentos de una entrevista que hizo una defensora de los animales a un vecino, quien describió el hecho de esta manera: "Las personas que los mataron no tenían ni barbijo ni guantes; es más, la mayoría estaba sin polera, como se ve en las fotos. Quedó sangre por el piso, o sea que las personas pisaron la sangre y la llevaron en sus zapatos hasta sus hogares.... Esas personas estaban arañadas por los gatos, lo que significa que tenían heridas abiertas, y como los animales salpicaban sangre, fácilmente podría haber tenido contacto con la herida".

Esta forma de proceder, continúa Araúz, provocó un foco mayor de contaminación, pues el lugar donde mataron a los animales está a pocos metros de los hogares, precisamente en la cancha del barrio; algunos restos fueron enterrados en el mismo barrio, a poca profundidad, de modo que fueron desenterrados

y comidos por las mascotas que quedaron vivas. Otros restos, dijo, se echaron a un río cercano, donde la gente acude a bañarse y los animales toman agua.

Las autoridades competentes calificaron de desmesurada la reacción de los defensores de los animales. El periódico *El Deber* informó: "El asesor de Salud de Warnes, Edwin Calvimontes, negó que se haya llevado a cabo una matanza de perros y gatos como indican los defensores de los animales. Aseguró que se procedió de acuerdo con lo que establece la norma nacional de profilaxis para rabia humana y animales domésticos. El artículo 189 de esta norma señala que se debe eliminar a los animales que tuvieron contacto con el caso confirmado de rabia. Ellos no saben, no viven en la zona; se ha procedido de acuerdo con la norma, además los dueños de los perros con rabia pidieron que se los sacrifique. Ellos tendrán que valorar si se va a precautelar la vida de los humanos o la de los animales".

La presidenta de la junta vecinal explica que pasó el 31 de diciembre en su página de Facebook. Ella argumenta que recibió la llamada en la que se le informó de que una comisión del Sedes de Warnes se encontraba ya en el lugar y que, luego de una investigación y análisis, con ayuda de los vecinos, se había decidido sacrificar a todos los perros y gatos que hubiesen estado en contacto con el animal infectado.

El suceso llegó a oídos de amantes de los animales e inmediatamente empezó a moverse la información por las redes sociales digitales y se contactaron entre sí las personas que estaban dispuestas a luchar por las mascotas, a ser la "voz de los sin voz". Fue gracias a esa gran movida, iniciativa de varias personas, que se impidió que una segunda matanza tuviese lugar en Terracor III.

Araúz cuenta que optó por Facebook porque es más rápido, está al alcance de muchos y puede llegar lejos, lo que era ideal para que toda la ciudadanía se enterase de lo que estaba sucediendo. "Con Facebook generas indignación", afirma y cuenta que ella divulgó la noticia publicándola en otras páginas que tienen muchos seguidores. "Yo me involucré en este movimiento por medio de Facebook", confirma la Andrea Murillo.

La página "Justicia por la masacre en Terracor III" fue creada en la red y los primeros en adherirse fueron algunas agrupaciones defensoras de animales: Asociación Protectora de Animales (APA), Amantes de los Felinos (AFEL), Frente de Acción Unidos por la Naturaleza y los Animales (FAUNA), Amigos

de los Animales Abandonados (AMAA) y animalistas independientes. La convocatoria se extendió a nivel nacional: Cochabamba, Sucre, Potosí, Oruro, Tarija y La Paz. Miles de ciudadanos paceños salieron a las calles para exigir la aprobación de la ley y fueron gasificados por la Policía en cercanías de la plaza principal. "Ciudad de La Paz, ¡te luciste al demostrar que una gasificación no hizo sino despertar más valor en la lucha!", se posteó desde Santa Cruz.

El caso llegó a sobrepasar las fronteras bolivianas. "La cadena internacional CNN está interesada en difundir a nivel mundial la masacre de perros y gatos en Terracor III", se puso en el muro del movimiento; "que el mundo se entere para que nunca más suceda esto". Los apoyos se expresaron desde España, Francia, Canadá, Estados Unidos, Argentina y otros países.

Justicia por la masacre en Terracor III

7 de enero
Santa Cruz
La Paz
Tarija
Cochabamba
Oruro
Unidos en una sola vigilia por nuestros animales… JUSTICIA POR LOS MASACRADOS EN ESTE LARGO CAMINO
Carmiña Santa Cruz Virginia Estados Unidos con ustedes y con las 71 almas sacrificadas mis oraciones
Mañana en la vigilia mis pensamientos
Me gusta · Responder · 10 · 7 de enero a la(s) 22:24

Andres Rossetti Desde Puerto Rico también!
Me gusta · Responder · 8 · 7 de enero a la(s) 22:50

Paulo Vasquez apoyo desde Oruro en todo lo que podamos no duden q Oruro y en especial mi persona los apoya en todo
Me gusta · Responder · 3 · 7 de enero a la(s) 23:33

> **Sara Rivera** Potosí tb les brinda su apoyo...
> Me gusta · Responder · 5 · 8 de enero a la(s) 0:21
>
> **Marcela Heredia Ramirez** sí Oruro presente!!!
> Me gusta · Responder · 8 de enero a la(s) 22:55

Estas expresiones de respaldo se multiplicaron cerca de la fecha de la primera protesta en la calle.

> **Justicia por la masacre en Terracor III**
> 8 de enero
>
> LLEGÓ EL GRAN DÍA… HOY LA PAZ COCHABAMBA TARIJA, ORURO Y SANTA CRUZ HARÁN ESCUCHAR LA VOZ DE LOS ANIMALES TORTURADOS Y MASACRADOS… EN UNA SOLA VOZ EXIGIREMOS JUSTICIA Y UNA LEY DE PROTECCIÓN ANIMAL YA!
> TODOS ESTÁN CORDIALMENTE INVITADOS HOY DEFENDEREMOS LA VIDA DE NUESTROS ANIMALES!

Y no se hizo esperar la segunda marcha que, dos días después, el viernes 10 de enero, convocó nuevamente a toda Bolivia para reclamar la ley. La convocatoria fue impulsada por medio de una imagen con la leyenda: “Unidos hoy decimos basta al maltrato animal! Vigilia por los derechos para los animales”. Y la tercera, que tuvo lugar el 13 de enero, también dirigida a toda Bolivia, invitaba a no detenerse: “¡¡¡Hasta que se apruebe la ley!!!”.

La cuarta y última convocatoria, para el lunes 20 de enero, fue denominada “Parada pacífica por los derechos de los animales”.

Todas las protestas invitaban a ser voz de aquellos que no la tienen, voces que se hacían escuchar por medio de las redes sociales digitales, principalmente Facebook, pero que al momento de hacer acto de presencia en la calle, no llegaban ni al 10% con relación a la masiva participación virtual. Andrea, amante de los animales, cree que esto se debe a la falta de compromiso real en los ciudadanos: “La lucha por los animales es de quienes de verdad los aman,

no por quienes sienten sólo algo por ellos", pues no es lo mismo sentir pena por un animalito desvalido y seguir caminando, que detenerse, llevarlo a casa y hacer algo por él, dice.

Después de vigilias y marchas, las exigencias se hicieron escuchar, y entonces, quien por entonces era la presidenta de la Cámara de Diputados, Betty Tejada, salió a decir que "estas acciones criminales deben ser penalizadas; mi compromiso: vamos a hacer una ley marco de la manera más rápida… por lo visto, no hay voluntad de los municipios para hacer sus propias leyes". Inmediatamente se contactó con los representantes de los movimientos animalistas y pidió que presenten su proyecto de ley.

El proyecto, que contempla tres artículos, señala las acciones que son consideradas como malos tratos y actos de crueldad. "Queremos que se apruebe una ley protectora de animales y sus derechos, ya que, periódicamente, suceden hechos contra ellos en todas partes del país", argumenta Mario Rizini, representante legal de los movimientos y amante de los animales.

Una propuesta más, aunque no tuvo repercusión, destinada a iniciar gestiones para regular la tenencia de animales en sus hogares y asegurarles una vida adecuada, vino de una vecina de la urbanización Terracor III, indignada por los hechos que había presenciado:

> **Reyna Rivera** Algunas personas aparentan amar a sus mascotas más que a sus hijos, amigos, vecinos. Sin embargo, estos maravillosos animalitos son olvidados en sus necesidades básicas. No es justo que por la irresponsabilidad o ignorancia de algunas de estas personas se tenga que sacrificar a mascotas que cuentan con sus vacunas!!! Evidentemente, antes que un animal siempre tiene que estar el bienestar de las personas. Lo que ha ocurrido en el barrio no debe volverse a repetir. El apoyo a la directiva para que se hagan normativas para vivir civilizadamente tiene que ser unánime!
> 4 de enero a la(s) 12:12

Lo que continuó en cadena es la exigencia para contar con la Ley 057. Surgieron muchas posturas, algunas discordantes: "¿Está por encima de nuestras vidas... la vida de nuestra mascota? Si te dieran a elegir entre la vida de

un familiar y la vida de tu gatito... ¿a quién elegirías?" (Junta Vecinal Terracor III), y entonces se acordó unir esfuerzos para crear la Comunidad Animalista nacional que se define como 'Unión de organizaciones en defensa de los animales en Bolivia. ¡Unidos somos fuerza!'.

"Facebook es un nexo que nos sirvió para conocer a personas con un nivel de compromiso máximo en defensa de los animales", asegura Araúz.

> **Claudia Araúz** Agradezcamos al cosmos que nos llevó a conocernos y unir fuerzas por esta noble causa..
> Me gusta · Responder · 4 · 7 de enero a la(s) 2:13

Y las fotos y comentarios diversos respaldan sus esperanzas: "Nadie callará nuestra voz mientras ellos no puedan defenderse" (Comunidad Animalista, texto de una foto subida en su muro de Facebook); "Estamos cansados de tanto atropello hacia nuestros fieles compañeros" (Carlos Valverde, tomada de su página de Facebook).

La página "Justicia por la masacre en Terracor III" tiene 4.041 seguidores (hasta el 5 de septiembre de 2014), unidos por conseguir la aprobación de la Ley 057, denominada Ley General para la Defensa de los Animales.

4. El TIPNIS en REDsistencia

25 de septiembre de 2011. Llantos, gritos, madres y padres llamando a sus hijos e hijas, gente buscando desesperadamente un refugio; palos, piedras, gases lacrimógenos. Aquel día, unos 500 policías cumplieron el operativo en el campamento de los indígenas de tierras bajas que marchaban rumbo a la ciudad de La Paz. El objetivo era desarticular la marcha que había llegado a San Miguel de Chaparina, sitio ubicado a ocho kilómetros de Yucumo, próximo a la ciudad beniana de San Borja. El miedo, la angustia y la desesperación cundieron…

"Indígenas que marchan rumbo a La Paz sufren agresiones muy violentas". "Los indígenas son golpeados, amordazados y maniatados con cinta adhesiva. Un grupo es llevado a la fuerza a Rurrenabaque y otro huye a San Borja", titularon algunos medios escritos.

Muchos de esos hechos debían ser investigados, según prometió el Gobierno de Evo Morales; pero, tres años después, ¿dónde están los responsables de los hechos en Chaparina, hechos que dejaron muerte, heridos y desaparecidos y muchas preguntas acerca de quién dio la orden de intervenir con tanta violencia?

La lucha principal que dio origen a esa marcha y a una más en abril de 2012, la novena, tiene como centro el Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro Sécure (TIPNIS), hogar de pueblos chimanes, yuracarés y moxeños, un lugar de alta diversidad biológica que anida en un bosque húmedo y montañoso. Bosque selvático y habitad de muchas especies, tales como: jucumari, pejichi, oso bandera, londra y jaguar; en las profundidades de sus caudalosos ríos se pasea el delfín rosado o delfín de río; por las alturas acompañan al viento las aves amazónicas como la pava copete de piedra, el carpintero y el gavilán; en sus pantanos descansan los caimanes negros y lagartos. Muchas de estas especies se encuentran amenazadas de peligro de extinción. Universo ecológico que aporta oxígeno al planeta.

En 1990, el Estado boliviano reconoció al Parque Nacional Isiboro Sécure como Territorio Indígena de los pueblos chimán, mojeño y yuracaré, el que luego se convirtió en TIPNIS, área protegida por ley de la República.

El Gobierno del Movimiento al Socialismo (MAS), encabezado por Morales, ya en tiempos del Estado Plurinacional, informó en 2011 sobre la decisión de construir la carretera Villa Tunari–San Ignacio de Moxos, en el marco de la iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA), que un su segundo tramo en Bolivia atravesaría por medio del parque y territorio indígena.

El hecho de que no se informara previamente ni se debatiera el plan con los habitantes del territorio y el temor de los impactos sociales y ambientales movilizó a los indígenas. Y, tal como habían hecho en el pasado, con siete marchas para interpelar al poder, líderes y pueblo se concentraron en la capital de Beni (Trinidad), en agosto de 2011, para emprender la larga caminata hacia la sede de gobierno en defensa del TIPNIS.

La conformación y primera reunión de la iniciativa IIRSA tuvieron lugar durante la primera reunión de presidentes de América del Sur en agosto del año 2000, en la ciudad de Brasilia, en coordinación de acciones gubernamentales con

12 países[13], con el objetivo de construir una agenda común para impulsar proyectos de integración de infraestructura de transporte, energía y comunicaciones.

El presidente de Bolivia en ese entonces, Hugo Banzer Suarez, firmó la primera agenda definida en la reunión. En el documento de compromisos consensuados se enuncia: "América del Sur inicia el nuevo siglo, fortalecida por la progresiva consolidación de sus instituciones democráticas, por el compromiso con los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la superación de las injusticias sociales y el desarrollo de sus pueblos, por el crecimiento de sus economías, por el empeño de mantener la estabilidad económica y por la ampliación y profundización de su proceso de integración". Diez ejes fueron establecidos, cinco de los cuales pasarían por Bolivia y se traducirían en 323 proyectos, más de la mitad del total de los contemplados en IIRSA.

En junio de 2009, el Gobierno entregó el título de propiedad a la Subcentral del TIPNIS (documento en el que se especifica que el TIPNIS cuenta con una extensión de 1,09 millón de hectáreas y se reconoce a la Subcentral como legitima propietaria). Dos meses después, el 22 de agosto, el presidente Evo Morales y su similar de Brasil, Lula da Silva, firmaron en el Chapare el protocolo de financiamiento de la ruta Villa Tunari-San Ignacio de Moxos. El Chapare, trópico cochabambino donde se produce la hoja de coca, es el lugar donde Morales nació políticamente y donde se hizo entrega del título de propiedad.

"La Asamblea Legislativa Plurinacional aprobó un crédito de 332 millones de dólares provenientes del Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES, Brasil) para la carretera cuya construcción fue adjudicada por la Administradora Boliviana de Carreteras (ABC) a la brasileña OAS estrechamente vinculada con los proyectos de las represas hidroeléctricas IIRSA en Brasil y Perú", explican los investigadores Soto Adriana y Miguel Suárez en una investigación sobre el Megaproyecto de infraestructura en Bolivia. Al respecto el director del Centro de Estudios Aplicados a los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CEADES), Gustavo Soto, dice: "IIRSA, en lo que concierne a carreteras e hidroeléctricas, es un proyecto financiado fundamentalmente por el BNDES; el diseño del IIRSA responde a una estrategia diseñada por el

13 Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela.

ejército brasileño desde los años 50. Y lo curioso de ello es que el ingreso a la Amazonia con obras públicas no fue diseñado por profesionales ingenieros, sino por las Fuerzas Armadas".

La marcha indígena fue noticia en los medios informativos, como lo habían sido las anteriores. Y la ciudadanía en las urbes se movilizó para respaldarla. En Santa Cruz de la Sierra se organizaron, en tal sentido, varias marchas y concentraciones en la plaza principal.

La lucha en defensa del TIPNIS pasó también por las redes sociales, con información instantánea, *post*[14], fotografías y videos sobre el avance de la marcha que no se veía en la televisión. La Coordinadora en defensa de la autodeterminación de los pueblos y el medio ambiente (Coodapma) *posteó* ocho manifiestos y no dejó de aportar con datos. *Quincho*, miembro coordinador de redacción de este grupo y de la Unión Revolucionaria Universitaria Socialista (URUS), cuenta que lograron el respaldo de un grupo de video independiente, "con corresponsales que estaban en la marcha y filmaban las actividades, documentaban lo que sucedía y lo subían a internet". Los videos, dice, eran lo que mejor funcionaba al momento de informar, de contraponer imágenes a lo informado por el Gobierno, sin que los textos, se desestimasen para describir con claridad las situaciones mostradas.

En Facebook se crearon varias cuentas a nivel nacional, como las de "Amigos del TIPNIS", "TIPNIS en resistencia", "Cadena humana en apoyo al TIPNIS", "Defendamos el Parque Isidoro Sécure TIPNIS, entre otras. Coodapma fue uno de los grupos articulados físicamente en la ciudad de Santa Cruz y que antes de aparecer en las redes sociales ya tenía un posicionamiento y una organización en pro de la defensa del territorio.

Quincho relata que, a la semana de iniciada la octava marcha, URUS se organizó y aprovechando un espacio en la carrera de Ciencias de la Educación, en los módulos de Humanidades de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), decidieron proyectar un video realizado por una ONG sobre la carretera bioceánica y la opinión de los indígenas al respecto. A raíz de esta temática se organizó un debate al cual acudieron aproximadamente 40 personas y allí se informó de otra conferencia que se llevaría a cabo en el Aula

14 En las redes sociales es cuando el usuario publica en su cuenta. Son las publicaciones en el muro.

Magna del campus universitario, sobre el impacto ambiental de la carretera en el TIPNIS, la misma atrajo a una gran cantidad de interesados. A raíz de esto y con el propósito se redactó un documento como manifiesto de Coodapma, el que entre líneas expondría la posición que asumirían frente al tema TIPNIS los integrantes, quienes, en su mayoría universitarios de posición anarquista, trotskista y algunos ambientalistas, se prepararon para la lucha.

"Como las redes eran el boom, decidimos hacer uso de ellas", relata Quincho. El 3 de octubre de 2011, Coodapma aparece en Facebook y en el sitio publica, al día siguiente, su primer pronunciamiento: "La Coordinadora en Defensa de la Autodeterminación de los Pueblos y Medio Ambiente se ha conformado en solidaridad con la VIII Marcha Indígena que denuncia la violación de: convenios y acuerdos internacionales respecto a los derechos de los pueblos indígenas; la Constitución Política del Estado y normas que garantizan el derecho a la consulta especial, previa e informada de los pueblos indígenas y la protección de los parques nacionales, violación que ha sido puesta al descubierto con la construcción de la carretera Villa Tunari–San Ignacio de Mojos". Al final se da el nombre de miembros y funciones.

La gente de Coodapma publicó varios pronunciamientos en las redes sociales, organizó varias conferencias y encuentros e incluso las primeras marchas en defensa del TIPNIS en la ciudad de Santa Cruz, para las cuales se hizo un concurso de afiches convocado por Facebook y con buenos resultados.

La primera marcha en Santa Cruz se llevó a cabo el 23 de agosto del 2011, con la participación de "aproximadamente 800 personas, la mayoría jóvenes, universitarios, pero también profesionales, activistas y artistas que, con pancartas, cánticos y consignas, mostraron que en las ciudades hay también conciencia sobre la importancia de preservar el TIPNIS y rechazar su destrucción", publicó el Centro de Estudios Jurídicos e Investigación Social (CEJIS) en su página web.

La tercera marcha en Santa Cruz se hizo el 28 de septiembre del 2011, pocos días después de los hechos de Chaparina. El momento más efervescente en las redes sociales digitales se vivió a raíz de esa represión; páginas de Facebook y Twitter se llenaron de datos y reacciones de indignación. Por ejemplo, la cuenta TIPNISresiste informó las 24 horas sobre lo que sucedía con la marcha indígena, y la comunidad de internautas y blogueros de El Alto publicó en su web: "Tras la violenta intervención de la Policía que desarticuló hace unas horas

la marcha de indígenas que protestan contra la construcción de la carretera en el TIPNIS y que se hizo pública a través de medios de prensa, se registran fuertes críticas de los ciudadanos e internautas en Twitter que expresan molestia y decepción por la acción".

En tipnisresiste.blogspot.com, creado por Alejandro Canedo, se recopiló aquellos *post* que reflejan el uso y la importancia de las redes en este tema.

– "Twitteros reaccionan con furia a la intervención contra los marchistas del TIPNIS asumidas o anteladas por diferentes grupos sociales urbanos".
– "Las redes sociales se constituyen en instrumento para apoyar y alentar movilizaciones a favor de los indígenas que marchan en defensa del parque del TIPNIS. Al menos 15 sitios de internet están dedicados a esta actividad y cada día suman adhesiones".
– "Las redes sociales también son los medios a través de los que se organizan las vigilias y se insta a la movilización en defensa del TIPNIS debido a la gran velocidad de comunicación de estos medios".
– "Activismo internauta histórico en el país. Espacio de anuncios, de debate, de peleas, de crítica, de información, de desinformación, de solidaridad, de movilización. Aunque hay quienes piensan que son pocos los conectados y que internet es todavía un artículo de consumo pequeño burgués (comentario de Silverio Rimachi, uno de mis contactos de Facebook), lo evidente es que hay un nuevo espacio público en Bolivia que habla de política y cada vez más en voz alta".

"El TIPNIS fue la miniprimavera árabe en Bolivia", compara la activista Rocío Recalde, en alusión a la revolución política impulsada desde las redes digitales en Túnez, Egipto y otros países. A lo enumerado antes, hay que mencionar la petición de firmas impulsada por Avaaz.org[15] con el lema de Mantengámonos firmes en defensa de la Amazonia: "Cuando lleguemos a 500.000 firmas, será entregado al despacho del presidente Evo Morales y Dilma Rousseff", expresaba la petición que en pocas semanas llegó a reunir más de 400 mil adhesiones.

15 Comunidad virtual, que integra la acción política impulsada por la ciudadanía dentro de los procesos de toma de decisiones globales y defensa de los derechos humanos.

El Gobierno se ocupó de lanzar informaciones a diario por televisión, radio y también periódicos; pero las redes sociales se encargaron de recoger otros datos que, por la presencia predominante de los jóvenes en ellas, les llegó y amplió así las posibilidades de contrastar, algo que valora *Quincho*.

Rodolfo Solaz, quien participó en algunas de las marchas realizadas en Santa Cruz y fue miembro y seguidor de página de perfil del Coodapma, confiesa "con el movimiento del TIPNIS aprendí muchas cosas, entre ellas a usar Twitter. Este joven relata que se unió al movimiento porque conocía gente en la coordinadora con la que comparte inquietudes sociales y artísticas. "Yo no colaboré orgánicamente, lo mío fue más…, cómo se diría…, poético, porque yo no estaba desde una postura militante ni política, sino que sentía este lado era el correcto, como que tenía un sentido más de justicia. Cuando hubo la marcha acá en la ciudad, con unos amigos nos disfrazamos de la muerte; era una forma distinta de expresarnos y pronunciarnos en defensa del TIPNIS".

Entre comentarios, ida y venida de informaciones en forma de textos, videos y fotos, retuiteadas, etc., muchas personas siguieron esta lucha por las redes sociales para informar, informarse y debatir.

Rodolfo considera que la figura más institucional de Coodapma funcionó bien por un tiempo, hasta que las diferencias disolvieron el movimiento, y la percepción de que los indígenas estaban quedando en segundo plano

Las investigaciones sobre la violencia ejercida en Chaparina, hecho que lógicamente llevaba a pensar en una cadena de mando iniciada en el Gobierno, finalmente excluyeron del caso al presidente Evo Morales y al vicepresidente Álvaro García Linera. En febrero de 2014, también dejaron fuera a Sacha Llorenti, quien en su condición de ministro de Gobierno tuvo bajo su responsabilidad el control oficial sobre la marcha indígena. Al respecto, el periódico *La Razón* informó: "El Ministerio Público apartó definitivamente al exministro de Gobierno Sacha Llorenti del caso Chaparina. En respuesta, sus acusadores anuncian una demanda contra los fiscales por retardación de justicia y prevaricato. El jefe del Ministerio Público de La Paz indicó que el informe de los fiscales muestra que no hay elementos o indicios de participación de Llorenti en la represión de la marcha de 2011".

En Twitter, el clamor de justicia se hizo evidente. Actualmente, y con el argumento de las autoridades en sentido de que alguien "rompió la cadena de

mando" y así deslindar responsabilidades, no tiene culpables. La Policía actuó bajo orden de alguien y ese alguien está impune.

El 19 de octubre de aquel año, los marchistas llegaron a La Paz. Miles de personas los esperaron y armaron un cordón humano que aplaudió el ingreso de los indígenas, mientras bandas musicales daban un marco festivo al emotivo encuentro. "Los marchistas fueron recibidos como verdaderos héroes por la multitud, que no dejó un solo metro cuadrado libre en las calles para aproximarse o por lo menos mirar de cerca a los visitantes. Durante las cinco horas y media que la columna de marchistas empleó para recorrer las vías más simbólicas de la sede de gobierno, desde Kalajahuira (El Alto), hasta la emblemática plaza San Francisco del centro paceño, la gente convirtió las calles en verdaderas tribunas para derrochar muestras de afecto y apoyo", reportó opinion.com, versión digital del diario cochabambino Opinión. Hubo personas que se acercaron a los niños marchistas para abrazarlos y besarlos, hubo aplausos y lágrimas, emotividad y euforia.

Los marchistas reconocieron que no imaginaban, mientras duró la dura caminata, una bienvenida de tal magnitud. "Estamos emocionados, finalmente podemos ver con nuestros ojos la meta, y por fin estamos cerca de hablar con el Presidente para pedirle que no construya la carretera por el TIPNIS. Éste es el premio al sacrificio de toda nuestra gente, mujeres embarazadas, algunas que parieron en plena marcha, niños... Gracias a La Paz y a todo el país porque ellos nos entienden", afirmó Emilio Onari, la cabeza de la marcha durante todo su recorrido, con el reflejo de la ciudad en sus ojos aguados.

Fue una entrada con alfombra de calor humano. Muy distinta de aquella que se produjo el 20 de octubre, cuando los marchistas se disponían a ingresar al área de la plaza Murillo, donde se encuentran concentrados el Poder Legislativo y el Ejecutivo, y decenas de efectivos de la Unidad Táctica de Operaciones Policiales (UTOP) les cerraron el paso y los gasificaron.

Largo fue el trajín de los marchistas que avanzaron bajo lluvia, frío, sol, esperanzas, sueños, indignación, desilusión, risas, lágrimas y muerte. Al cabo, el proyecto de construcción de la carretera tuvo que detenerse.

García Linera, en una conferencia que dictó en el Centro Cultural de la Cooperación "Floreal Gorini" de Buenos Aires (Argentina), como parte de un ciclo denominado "La Patria Grande", dijo en junio de 2013 que la construcción

de la carretera estaba descartada, al menos por 20, 50 o 100 años. “Por eso, hoy por hoy, hemos descartado la construcción de la carretera. No va más la carretera (por el TIPNIS)”.

Luego de la marcha, sin embargo, el Gobierno organizó una consulta a los pueblos indígenas de la región. Al considerarla tardía y hasta manipulada, varias comunidades impidieron el acceso de funcionarios encargados de esa labor que igualmente se cumplió. El resultado de ese proceso accidentado y que los indígenas rechazan es que más del 80% habría aprobado la construcción de la carretera.

“Lo que estamos haciendo es este acercamiento que debíamos haberlo hecho años atrás con las comunidades. Se llevó a cabo la primera consulta pública en el parque después del problema, no antes”, admitió Linera. “Ése es error nuestro, debíamos haber hecho la consulta antes de tomar una decisión, nos fue mal. En la consulta ha ganado la decisión de que se haga una carretera”, sostuvo.

5. El complot del Ejército Jigote

Cuando se habla de “Revolución”, se suele pensar de inmediato en luchas armadas, en violencia o al menos en rupturas generadas desde el poder político. Pero 32.455 ciudadanos adheridos a la “Revolución Jigote” marcan un hito histórico en Santa Cruz, pues su lucha está armada de argumentos, es pacífica y no busca enemigos sino aliados para conseguir un cambio desde la ciudadanía.

El 2 de junio de 2013, el muro de Facebook del grupo “Revolución Jigote” invitó: “Hoy COMIENZA la revolución. 20:30 Manzana Uno”. Escueta convocatoria que coronó toda una campaña que apostó por generar curiosidad y expectativa. El día de la cita, en la plaza 24 de Septiembre, una gran tarima con equipos de sonido y en frente el logo de “Revolución Jigote” recibió a los curiosos. Al fondo, otro banner de cuatro metros de longitud con una Nube de Palabras (1.400 palabras) para vincular la revolución anunciada con áreas y acciones precisas, entre ellas: Educación, Cambio, Respeto, Actitud, Ciudadana, Ciudadano.

Gente correteando de un lado para el otro, mucho movimiento detrás del escenario y, finalmente, Ronaldo Vaca-Pereira, conocido cantautor y comunicador, tomando el micrófono y animando a la gente a levantar el dedo meñique.

Había que ver a las personas de todas las edades siguiendo el juego, "sin saber por qué", dice Rocío Recalde, miembro de "Revolución Jigote".

En medio de un ambiente de efervescencia, se proyecta el video que contiene "El Manifiesto Ciudadano". Desde la pantalla, 60 personas, líderes de opinión en Santa Cruz, definen al "verdadero Jigote" e invitan a exorcizar al "mojigote".

El mensaje audiovisual (subido a las redes sociales por YouTube hace ocho meses, ya tiene 52.241 reproducciones). Dura 5 minutos y 6 segundos. Empieza con una breve contextualización: "Hay veces que quiero mandar todo al carajo, y mandar a todos al carajo, en esta sociedad tan sucia, prepotente, tan ruidosa, tan molesta… es así nomaj acá, somos así, es la realidad". Se expresa así lo que la gente suele pensar de su entorno. Y entonces se escucha: "… ¡Mentira!, ¡mentiiiraaa! La realidad la construimos todos los días con lo que hacemos y con lo que dejamos de hacer", actitudes que llevan a ser Jigote, lo primero, o Mojigote, lo segundo. "¿Qué hacemos al respecto?... ¿Lo dejamos hacerse cargo?... ¿y adoptamos la "cultura del atajo"?... ¿del abuso?... ¿de la violencia?... o hacemos las cosas bien y construimos una ciudad Jigote".

Pero, ¿qué es eso de jigote? En la *fan page* del movimiento la gente intenta responder

Revolución Jigote
28 de mayo de 2013
¿Qué es Jigote para vos?

Miguel Angel Quevedo Medrano El resheno de la empanada...
28 de mayo de 2013 a la(s) 11:45 · Me gusta · 9

Ines Graciela Almanza Exeni Qué es jigote? Después de varias búsquedas de información infructuosas debo preguntar. ..
28 de mayo de 2013 a la(s) 12:20 · Me gusta · 1

Mauricio Hurtado Lavadenz Lo q viene dentro de las empanadas
28 de mayo de 2013 a la(s) 12:50 · Me gusta · 3

Alex Pardo Vides Jigote es el relleno pa'hacer empanadas de pollo o de carne
28 de mayo de 2013 a la(s) 14:54 · Me gusta · 3

Alan Julio Torrez Guibarra Jigote es el ahugado frío que se pone dentro de las salteñas
28 de mayo de 2013 a la(s) 15:46 · Me gusta · 2

Pablo Sánchez Kohn Algo que vamos a descubrir mañana... jijijigote!
31 de mayo de 2013 a la(s) 14:33 · Me gusta · 1

Bubu Perez Hansen Yo no entiendo !!!
2 de junio de 2013 a la(s) 10:51 · Me gusta · 1

En el video, en un habla del común de los cruceños, se expresa: "Sonreír, es Jigote, porque te hace bien a voj y le hace bien a los demás… mira, cuidar la ciudad viejo… claro, cuidar es por ejemplo cuando guardaj tu basurita y cuando luego la ponej en el lugar correcto, ahí te sentij Jigote… Jigote es una actitud… una filosofía de vida… es una vida feliz… y no sólo para vos, para tu entorno...". Con estas premisas se apunta a exorcizar al Mojigote que todos llevamos dentro. "Vos… vos… vos… ¿querej una ciudad feliz? Sonreí. Respetá. Cuidá. Ponele el hombro a Revolución Jigote… porque hacerlo en bollo (en grupo) es más fácil".

"Sonreí, Respetá y Cuidá" es el lema que condensa el objetivo de la formación ciudadana que implica esta revolución. 'Sonreí' —así, en el lenguaje cotidiano del cruceño—, se refiere a un cambio de actitud y de trato hacia los demás; 'Respetá', a los derechos de los demás, única posibilidad de libertad y felicidad, recordando siempre que "La libertad de uno termina donde comienzan los derechos de otro"; 'Cuidá', apunta a hacerse cargo de los bienes públicos, los de la naturaleza y los creados por los cruceños, físicos y no físicos, ya sea un basurero en la plaza, ya sea la democracia. Ésta es la Filosofía Jigote que sustenta la Revolución.

"Facilingo", dice en algunos de los afiches que promocionan dicho lema, aunque para lograr el cambio esté claro que se precisa de una campaña de

formación, de tiempo, trabajo y mucha participación. Esa campaña ha sido asumida por el Centro de Estudios para el Desarrollo Urbano Regional (Cedure) y los actores de la sociedad civil son la contraparte necesaria.

José Antonio Prado y Federico Morón no deben dormir muy tranquilos. O tal vez sí. Lo que han desencadenado es de una magnitud que habrán soñado pero no calculado. En una de esas noches de reunión de amigos, cada quien con sus preocupaciones y locuras, se contaron proyectos y trabajos. Prado estaba preparando un material de televisión para el Cedure, sobre formación ciudadana, y Morón se aprestaba a publicar un libro desde su Taller Creativo Gato Negro. Estos amigos hablaron también de planes conjuntos y, cuando se iban a despedir, Prado comentó que estaba elaborando un *Manual de Convivencia Urbana* que iba a condensar principios de formación ciudadana a partir de su experiencia en el área en los últimos diez años; lo que quería era que ese material sea útil y accesible. “Comenzamos a discutir sobre el tono y el lenguaje, sobre cómo hacer que sea para todo público”, recuerda Prado. “Dos horas después estábamos ambos de pie, tirando ideas a gritos, anotándolas en cualquier parte y matándonos de risa con las ocurrencias que gatillaban otras ocurrencias y que nos llevaban más y más allá en nuestra chifladura”. Así nació “Revolución Jigote”que, según Prado, es una idea estúpida de segundo tipo, que es de las que se burlan de la propia inteligencia pero tienen potencial y cumplen una función; “las del primer tipo son inútiles”.

Pero, ¿qué es “Revolución Jigote”? “Una trampa”, responde Prado. “Una ‘revolución’ es algo muy grande, y ‘Jigote’ con ‘j’ es para generar curiosidad e irritar; ambos fueron usados como el Caballo de Troya al que, una vez armado el ruido y la curiosidad difundida por todos lados, la gente se acerca para descubrir cómo se destapa el verdadero asunto”. Se trata, pues, de una campaña de formación ciudadana en la que el Cedure actúa como articulador y que por el simple hecho de tornarse en ‘red de redes’, se va configurando como movimiento dada la energía social que ello implica. “La configuración que le da el sentido de movimiento es que apunta a convocar a toda la ciudadanía cruceña, a tomar acción con un sentido de ‘cruceñidad’ que tiene como fin el recuperar algo perdido: ‘la calidad de vida’, que la vamos perdiendo por la falta de cultura ciudadana”. Entonces, “no importa si el ‘meñique’ o ‘la mano derecha’ o ‘si es con J’; mientras se hable del tema y se actúe, sirve”.

Desde aquella noche y un año antes de su lanzamiento oficial, empezó a movilizarse el "Ejército Jigote", grupo en Facebook irónicamente llamado así, pues al principio eran solo dos miembros. Durante los primeros ocho meses se enlistaron 30 más. La movida creció con gran lentitud, pues cada persona tenía una función específica y continuó como una construcción colectiva desde la ciudadanía, que no se detiene, describe Prado: "Hicimos un verdadero complot en Facebook; nos fuimos poniendo de acuerdo en ciertas cosas y coordinando ciertos aspectos de manera secreta. Entonces empezamos a contactar a ciertas personas, contarles de qué se trataba, pero pidiendo guardar el secreto. Teníamos un 'videíto' explicativo que pedíamos no difundir, el cual empezamos a regar entre nuestros contactos hasta armar un grupo de unas 400 personas: el 'Ejército Jigote'". Esto se hizo hasta dos meses antes del lanzamiento. Durante todo ese tiempo, detrás de bastidores se fue "armando el bollo", como una especie de 'Campaña Paraguas'. Se sumaron los *hippies jailones*, es decir gente de clase media para arriba, lo que para algunos, los que les pusieron ese nombre, fue visto como criticable. Prado responde: "Obviamente nos movemos mejor en nuestro estrato socioeconómico, pero estamos trabajando igualmente duro para entrar en todos los demás, generando alianzas, por ejemplo, y eso tiene que darse de forma natural".

Rocío Recalde retoma el tema del secretismo. "Ya había un músculo más o menos fuerte detrás de ellos (Prado y Morón), mucha gente de la movida cultural, muchos gestores que estaban ayudando a viralizar; tú empezabas a ver mucha gente curiosa sobre el tema"; pero, en onda de confabulación, muchos datos eran regateados incluso para gente que como Recalde sabía que había un caballo de Troya, pero no lo que traería dentro.

La cuenta regresiva para el gran lanzamiento y presentación oficial de la "Revolución Jigote" se hizo a través de Facebook. Prado afirma que esta herramienta "es clave porque, además, cuando creas tal ruido, eso sube a los medios tradicionales; los periodistas son flojos, entonces sacan mucho de ahí". No hay que dejar de lado los spots, 13 videos cortos (de entre 5 y 17 segundos) subidos a la cuenta de YouTube que también generaron expectativa (con 1.000 y 3.000 reproducciones).

El objetivo de enganchar a la gente funcionó. En las redes se postearon comentarios del tipo "muero de curiosidad..." (María Renee Canelas, 2013) y hubo

otros más fuertes e impulsivos por la vía de los mensajes privados, revela Prado, en tanto circulaban recordatorios entre amigos que invitaban a no olvidar la reunión en Manzana Uno, aunque nadie sabía explicar de qué iba a tratar la reunión.

Y trascendió los límites de Santa Cruz. "¿Quiénes son éstos de Jigote?", le preguntó un amigo de La Paz a Recalde.

En los cinco días previos al lanzamiento ya había un número significativo de seguidores: 2.000 *facebookeros* expectantes y ansiosos. En ese tiempo de ruido, cuenta Prado que hubo "gente emputadísima, gente que se cabreaba, gente irritada… empezamos a usar la palabra 'Jigote' asociada a aspectos positivos, y mucha gente se molestaba y decía cosas como ¿qué es eso de Jigote?, eso es con 'G', y subían toda la definición larga de la RAE (Real Academia Española de la lengua) para rematar con un 'ustedes están destruyendo el castellano'". Con un gesto de satisfacción, declara: "Una maravilla el ruido que se generó".

Según las planificaciones, Prado y Morón, esperaban tener repercusión en la población cruceña en un tiempo de seis meses; pero gracias a las redes sociales, especialmente Facebook, esto sucedió en dos días, y como se dijo, llegó a nivel nacional.

> **Alejandro Auza** muy buena idea.... ya apoyando desde Oruro...... !!!!!!
> 4 de junio de 2013 a la(s) 1:24 · Me gusta · 2
>
> **Marco Antonio Numbela Rios** mediante la música nos podemos mover en Cochabamba junto a Andrés Gonzales y mi persona
> 4 de junio de 2013 a la(s) 1:57 · Me gusta · 4
>
> **Miroslava Rocha** Cómo podemos apoyar desde Cochabamba?????
> 4 de junio de 2013 a la(s) 11:08 · Me gusta · 3

Hubo debates no siempre fáciles con analistas, con intelectuales; pero la etapa de crisis "pasó rapidito y a partir de ahí fluyó la cosa". ¿Y la curiosidad de gente como Rocío Recalde? Ella, que se define como *fan* número uno, recuerda que cuando conoció el Manifiesto ciudadano lo halló "buenísimo", además de que "había nacido una campaña de formación ciudadana que se estaba moviendo por las redes sociales; esto lo van a escribir los libros de

historia porque creo que hay mucha gente que no se está dando cuenta de lo que está pasando, porque politizan la movida o la reducen a un tema de los niños fresas de Santa Cruz y no se dan cuenta de que la visión de bosque tomará unos diez años y estamos apenas en el cero".

¿Qué ha pasado en estos nueve meses? Pues durante la semana siguiente al lanzamiento se sumaron exactamente 1.000 seguidores por día y así ha seguido a un ritmo sostenido.

¡15 mil jigotes!

21 de junio de 2013

Han pasado menos de veinte días desde que comenzamos con este trabajo, y con cada persona que se suma, nuestro entusiasmo y compromiso crece. ¡Vamos sin prisa pero sin pausa!

Revolución Jigote

7 de Julio de 2013

¡Elay, el bollo no para de crecer! Ya somos 20 mil quienes queremos vivir mejor en la ciudad. ¡Felicidades!

¡Somos 25 mil jigotes!

31 de Julio de 2013

Semejante avalancha de apoyo nos entusiasma y nos compromete a seguir trabajando duro por construir una ciudadanía más consciente de sus derechos y responsabilidades. En pocos días comenzamos la fase más emocionante del año, ¡sigamos juntos!

Prado, que ha clasificado a los seguidores, afirma: "Si tienes que ejercer un tipo de liderazgo, es el estímulo; para mí es muy importante no forzar la cosa, así que el que trabaja como voluntario, que lo haga porque está enamorado del proyecto; se trata de mantenerlos con un montón de palmaditas en la espalda". Y ahí lo vemos sacándose callos en la palma de la mano por animar a su "Patota Jigote", estrechando las manos de sus "Vacas Sagradas" o de las "Ligas Mayores" e intercambiando información y debates por Facebook con el resto de los seguidores que aportan con sus *like.*

Cinco días después del lanzamiento fue presentada una herramienta sencilla y práctica para exorcizar al Mojigote, el Manual del Perfecto Jigote, para así aportar, desde la convicción de cada ciudadano, a la construcción de una ciudad más responsable, amigable y civilizada.

Y hay que aclarar lo del dedo meñique que, como figura en la foto de perfil de la *fan page* de "Revolución Jigote", es visto como el logo del movimiento. Pero no es así, aclara Prado, pues "nosotros buscábamos un emblema, no sólo para un logo, eso es lo de menos, sino una herramienta que con los años pueda ser usada por la gente para agradecer cierto gesto". Cuando realices un gesto que haga sentir bien al otro o aporte al cambio, recibirás un "lm". "Pero ¿por qué usar ese gesto?", se pregunta Prado y él mismo se responde: "Porque vimos que el meñique no lo había usado nadie, los políticos no lo habían usado, además el dedo meñique es el más desvalido, el más *caracheado*[16], y aun así él solito, 'de pie', puede generar cambio".

En Cochabamba se quiso adoptar la idea cruceña y se la llamó "Revolución Chicote", con el lema "Porque a la buena no se puede…". Para Prado, el proceso tiene que ser formativo y para ello hay tres elementos: "La comunicación de las normas, las condiciones para cumplirlas y el control o sanción". Añade que esto lo debe gestionar el gobierno desde sus distintas instancias, generar campañas y crear las condiciones para que se pueda cumplir lo dispuesto, por ejemplo; "sacar la basura los días que pasa el camión, entonces el camión tiene que pasar esos días y eso le compete al responsable de la gobernación, eso no lo puede hacer la ciudadanía". Y está el control y la sanción, "el chicote"; "pero eso tampoco lo puede hacer la ciudadanía, no tenemos que irnos a pelear con el vecino, aunque sí existe un nivel de sanción moral".

El Manual del Perfecto Jigote apunta a formar un buen ciudadano, generando calidad de vida que se ha perdido por la falta de formación, continúa Prado. "Nosotros sólo estamos aportando a la primera esfera, a la campaña; nosotros no podemos poner las condiciones ni poner las paradas de micros en la calle, ni andar sacando multas".

16 Modismo que hace referencia a quien es marginado. Deriva de *caracha*, erupción en la piel, parecida a la sarna, que se forma cuando una herida superficial está sanando.

En ese proceso tampoco se olvidan de apelar y exigir al municipio control y sanción a los Mojigotes. Por medio del manual, "trabajamos para empoderar a la ciudadanía y articular redes, formamos a las nuevas generaciones en materia de cultura ciudadana con la certeza de que así es que van a surgir mejores funcionarios públicos y la ciudadanía va saber elegir mejor a sus representantes".

La Asociación de Jóvenes Empresarios y Profesionales de Santa Cruz "Juventud Empresa" ha premiado a la Revolución Jigote en la categoría "Mérito Cultural y Social". Así está asentado en la *fan page* junto a la frase: "Elay, nunca faltan las sorpresas". Y esta otra: "Así no hay como aflojar, estos gestos nos comprometen (¡y nos emocionan!)".

Movimientos intentando adoptar la idea, personalidades y empresas haciendo uso del nombre… Prado explica que tal es la idea, que todos se apropien del "Ser Jigote", siempre y cuando no le cambien el sentido, no lo vuelvan un objeto comercial.

El primer objetivo de todo este proceso se va alcanzando: que la gente se empodere a través del conocimiento de sus derechos y sus responsabilidades. Con ello, sí se ha iniciado una revolución: la Revolución Jigote.

"Esto ha sido un EXITAZO!!! Y… se salió de control", postea Prado para sus *fans* y para quien quiera saberlo.

CAPÍTULO IV

Cibertejidos: Actuaciones en *feis, tuiter* y *yutú*

Cuando nos encontramos detrás de una pantalla, ya sea desde una computadora o el celular, un sinnúmero de sensaciones pasan por nuestros sentidos, a los cuales ya nos hemos habituado y ni cuenta nos damos. Nos conectamos a internet, el sistema que ha revolucionado la vida en los últimos años. Por datos móviles, WiFi o cableado ADSL navegamos por un mundo virtual en el que las redes sociales son una opción bastante cautivante y seductora. Muchas personas deciden formar parte de él. Facebook, Twitter y YouTube son las que más usuarios tienen en Santa Cruz.

En el siguiente *collage* de charlas, que de alguna manera intenta replicar la forma en que se van dando las conversaciones en redes como Facebook —*el Face* o más coloquialmente *el Feisbu,* como Twitter suena más a *tuiter* y YouTube, a *yutú*—, participan voces de múltiples actores: jóvenes de los distintos distritos en que está dividida Santa Cruz de la Sierra, ciberactivistas de diversas causas y protagonistas de los cinco movimientos ciudadanos elegidos para este estudio que relatan sus preferencias y cómo llegaron a la red social digital. A cada uno se le ha designado un pseudónimo, se mantiene su edad y área de trabajo, así como se respeta el habla de cada quien a la hora de recoger sus respuestas por escrito, con leves correcciones de sintaxis. La lista de los entrevistados se encuentra al final de la Bibliografía.

1. Tenés que tener Facebook

En Santa Cruz, los jóvenes en su mayoría han llegado a Facebook porque algún amigo, pariente o vecino les habló de esta red social. Cada quien cayó en la

“tentación” y decidió abrir una cuenta “por curiosidad”. Otros, porque su *cuate* decidió registrarlos y poner contraseña a la cuenta, para sorprenderles: “¿Viste? ¡Ya tenés *'feisbu*!”. Algunos, en inicio no le daban importancia, mientras que otros entraron en la desesperación de registrarse y agregar amigos, porque “era el *wow*”. Al fin de cuentas, aunque con distintos inicios, todos comenzaron a descubrir la herramienta. Su uso se solapa y alterna con otras actividades, y el estar permanentemente conectado al Facebook se ha convertido en una “tentación”.

TOMÁS: Lo primero fue el MiRc y entrar a divertirme. Era alucinante la posibilidad de tener un mundo de gente. Hi5 fue el primer acercamiento a algo parecido a Facebook, pues había que subir fotos. Me pareció muy invasivo; sin embargo, despertó mi curiosidad porque tenés la capacidad de estar como escondido. Eso para mí es importante porque soy muy tímido. Luego Facebook explotó y yo no quería entrar; pero lo hice en 2007 y poco a poco fui descubriendo la herramienta. Tardé mucho en llegar a Twitter, tengo un año ya pero no me considero un ‘tuitero’, sí un ‘facebookólico’. ALDO: Vimeo lo uso muy poquito, el Foursquare a veces lo utilizo. También tengo instagram pero no lo uso, porque la mayor parte de las cosas que utilizo es a través de las páginas de Facebook que manejo mucho. Twitter, un poco, por necesidad. YouTube como una especie de complemento de Facebook, porque ahí los videos se viralizan mejor. Twitter es como una especie de caja de resonancia, todo lo que publico en Facebook está automatizado para salir en Twitter. CECILIA: Uso Facebook, también tengo una cuenta en Twitter, pero no me acuerdo la clave para acceder. NADIA: Me creé el Twitter en 2008, pero nunca lo actualizaba, hasta 2011. Aunque tengo Facebook, pero me gusta más Twitter porque lo siento más breve, más conciso, más limpio, más directo, menos ñoñerías. ELIANA**:** Yo también tengo Twitter, pero no me acuerdo hace cuánto la abrí ni cuál es mi contraseña, nada. Creo que una amiga me abrió una cuenta en Facebook hace tres o cuatro años. LISA**:** Tengo cuenta en Facebook, Twitter no tengo. Si llego a YouTube es porque de Facebook, *fluck,* se va a esa página. LUIS: Uso mayormente Facebook, YouTube muy poco. ENRIQUE: Hace dos años que utilizo “el Face”. Uso más Facebook que YouTube. A YouTube sólo entro para descargar y para ver videos.

PEDRO: A YouTube entro ya hace rato. Este año recién me abrí ‘Face’. Porque los veía chateando a mis primos, y yo dije: “¿por qué yo no igual?”; entonces

les pedí que me creen una cuenta. PAMELA: Yo me enteré de Facebook por mis amigos y me creé la cuenta. JORGE: En 2008 o 2009, una de mis compañeras me dijo: “oye te voy a agregar a Facebook”, “Pero no tengo eso”, le respondí. “¿Cómo?”, se sorprendió, y yo le dije: “No tengo, no me gusta”. “¿No?, tenés que tener, cómo no vas a tener”; le respondí: “No, no quiero. Si querés, creámelo vos”. Ella me lo creó y me dio mi contraseña. LISA: Tenía 12 años y me lo crearon mis amigas. Ellas se encargaban al principio de manejarlo. DEISI: No soy muy aficionada ni a la tecnología ni a este tema de las redes sociales. Prácticamente mis amigas me presionaron a que utilice Facebook para estar en contacto con otra amiga que se fue a vivir a Estado Unidos, porque si no, no lo hubiera hecho nunca. Eso fue hace cinco años. ALDO: Yo abrí mi primera cuenta de Facebook el año 2007. Tengo fotos desde ese año, ¡qué barbaridad! Esto es más viejo de lo que pensaba, ¿o yo soy más viejo de lo que pensaba?

2. Un destornillador o un hacha

Han sido muchas y diversas las formas que han llevado a los jóvenes a formar parte de las redes sociales. La mayor parte utiliza Facebook y la definen como una “herramienta”.

ELIANA: Es una red social de fácil acceso en la que te podés comunicar con tus amigos y podés ser “amigo” de gente que no conoces y saber de su vida. EVA: Para mí Facebook es una herramienta que puede ser usada de formas muy diversas. Es como que tengás un hacha y podés decidir si matar o cortar leña. Hay gente que lo usa como una herramienta para difundir sus ideales, sus logros, y hay quien lo usa para cosas malas. Es una herramienta comunicativa, quizás la más grande de nuestro siglo. PAOLA: Para mí también es una herramienta o un medio que me facilita interactuar en muchos ámbitos. Es un camino más corto para lograr la interacción social. TOMÁS: Yo creo que Facebook en general no es más que un destornillador con el que vos podés apuñalar y matar a alguien o armar un avioncito. Es al final una herramienta, y depende de cómo la usamos. Yo encontré la gran herramienta para usar el humor como el camino para hablar en serio. Con el humor toco fibras para lograr mover algo en la cabeza de alguien, exploto el sarcasmo para hablar de un tema en particular. La herramienta está ahí y hay que saber usarla.

NADIA: Tienes que saber usarla, es como una cosa que no te puedes perder. Las herramientas de las redes sociales no te tienen que usar a vos, vos tienes que usarlas a ellas. Hasta parece un trabajo demasiado de escritorio: es muy cómodo, te olvidas de la gente. Está bueno, pero no hay que olvidarse de la calle, allá es donde se hace el trabajo. Bien sabemos que con un "Me gusta" no cambias la pobreza, no cambias la sociedad. En Bolivia no hay una alta penetración de internet, y la gente a la que más interesa llegar es la que no está metida en las redes. ROSARIO: Facebook es un nexo que nos sirvió para conocer a personas con un nivel de compromiso máximo en defensa de los animales. Sin Facebook, yo no me hubiera enterado del suceso en Terracor III, no hubiéramos podido informar a la gente, ni organizarnos con los otros departamentos. ERIKA: Facebook para mí es una herramienta de trabajo superimportante. Me muero si no tengo Facebook porque no hago nada. Como miembro de una asociación protectora de animales, lo uso para tratar de captar gente, concienciar y educar a la gente, captar adoptantes o donaciones para nuestros rescatados, justificar las donaciones por transparencia, y motivar o incentivar voluntarios. A veces, haciendo todas las gestiones, acabamos a la una de la mañana en Facebook. Ése es mi Facebook. Hace bastante tiempo que ya no pongo nada mío.

LUCÍA: Depende de cómo lo tome. A través de esto uno se entera de muchas cosas. Me gustó porque estaba lejos y empecé a darme cuenta de que podía contactarme incluso con gente con la que me había graduado de bachiller y ya no veía. Viéndolo desde mi perspectiva creo que…, no creo, estoy convencidísima de que sirve para hacer catarsis. LISA: Facebook es una red social donde la sociedad es libre de publicar lo que quiera, y estar dispuesta a que la gente pueda criticar también. Hacerte sentir mejor o hacerte sentir peor. TOMÁS: Luego de descubrir cómo funciona el mecanismo engrasado, me he vuelto una persona que ya no quiere disimular nada, que quiere decir las cosas de frente. Y las redes sociales están ahí: no tengo miedo de que me metan preso, no tengo miedo de nada porque sé que estoy hablando una verdad que más gente debería saber. ALEJANDRO: Es un espacio de *feedback*. TOMÁS: También recibo *feedback*, es de lo más sabroso que se recibe, ya que aprendo muchísimo. Si podés leer entre líneas, estás viendo muchos puntos de vista. Sólo te toca unir esos puntos y ahí ves la *matrix*: entendés a la persona, entendés al cruceño, entendés al boliviano.

3. La tentación y los peros

En los últimos años, de forma rápida, los diversos usos y funcionalidades de Facebook han permitido que muchas personas formen parte de esta red a nivel mundial. Las expectativas iniciales distan mucho del uso específico actual que hacen los jóvenes de esta red.

SARAH: No sabía qué de bueno tenía, y le pregunté a mi compañero y él me dijo que era para chatear, para publicar fotos, ver imágenes y eso. Más que todo me la paso charlando con mis amigos, algunos están lejos, otros están cerca. Si no fuera por Facebook no podría comunicarme con ellos. NADIA: Yo abrí mi cuenta porque me llegaba el correo que decía: "únete a Facebook" o "he subido fotos en Facebook". Quería ver las fotos porque era un poco de curiosidad también ver qué hacían los otros. En realidad Facebook es una vitrina de tu vida social. Cuando empecé a usarlo, también estaba empezando con el feminismo, pero no era ésa mi curiosidad en Facebook. Al inicio, era conocer otra gente y qué hacían mis amistades: es gratis, subes fotos, puedes ver a otra gente, *tatatá*. Pero empezaba luego a ver cosas como ya muy estúpidas de las que me reía, como los memes. Ves que la red puede también estar llena de porquería, eso no me parecía.

DEISI: Al comienzo mi Facebook era sólo para comunicarme con mi amiga que vivía en el extranjero. Yo decía: "No voy a publicar absolutamente nada porque lo que tenga en mi vida va ser muy privado. Entonces no me interesa". Ya luego fueron creciendo las expectativas porque uno va aprendiendo a manejar los ajustes de privacidad. NADIA: Aunque "lo personal es político", en el caso de Facebook lo personal es lo privado. Nuestra vida es una vitrina y es pública. Facebook no había sido tan inocuo, tan inofensivo. TOMÁS: Porque uno está usando una herramienta inventada por otra persona, entonces uno tiene que asumir que la CIA (Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos) sabe de qué color son nuestros calzoncillos. Es lo que yo estoy otorgando a cambio de poder decir lo que quiero en una herramienta tan sabrosa como Facebook. PAMELA: A mí me sirve para espiar. Si no sabes nada de una persona entras y te enteras de todo: con quién estuvo, sus amigos, qué hizo y sus actividades. ENRIQUE: Me habían contado que era para charlar con los amigos, subir fotos y para que comenten. Ahora lo uso para eso pero no chateo mucho.

MATÍAS: Mis compañeros me dijeron que había hartas actividades para hacer: jugar y pasar el tiempo más que todo; y me convencieron de que era un medio de comunicación. ELIANA: Al principio entré para hablar con mis amigos y porque podía mirar todas las cosas que hacían, las fotos que subían. *Stalkear* a la gente, que creo que significa espiar. Normalmente *stalkeas* a la persona que te gusta y, si no tenés vida, a las otras personas: qué es lo que hace, con quién habla, quién le pone 'Me Gusta' a su foto, o por último quién comenta. Todas esas cositas. PAOLA: Yo me lo creé para encontrar amistades con quienes no tengo mucho contacto: compañeros de colegio, familiares; porque hemos tomado rumbos distintos: diferentes lugares y circunstancias. JORGE: Yo prácticamente no le 'tiraba pelota' a Facebook. Después me entró la curiosidad de qué habrá pasado con la vida de este compañero, esta compañera. Y ahí aparecía: tenía Facebook. ¡Ah! Está en tal lugar, hace tal cosa, se casó, tuvo hijos. Entonces empecé a agregar, compartir, armar mi perfil, subir fotos. LUCÍA: Como herramienta es muy útil, pero hay que saber usarla, como cuando decíamos de la televisión que era tan mala pero no había sido así. Aunque tiene su desventaja. En cierta medida esto ha producido un aislamiento social. Ya no se va al parque, ya no se va a la piscina, ya no se quiere acompañar a los padres al paseo. Se dicen muchas mentiras, porque los jóvenes se dicen de todo o se delatan. Me parece bueno para los músicos, los artistas. Las autoridades deberían aprovecharlo para educar, para informar, no para manipular políticamente, sino para comunicarse con los jóvenes, para generar conciencia.

NADIA: Tengo amistades que no quiero eliminar porque mi interés es también que a través de las redes algo les pueda cambiar o motivar a pensar diferente. Mi fin no es educarlas, pero algo debe ocasionar, pues en eso radica el poder las redes sociales. JOEL: Falta una madurez para el uso de las redes y para estar activos en ellas. No puedo juzgar si se usan bien o mal, pero dan para mucho más, se pueden usar para mejores efectos. ARIEL: Las redes sociales virtuales son fantásticas. Mientras que en la televisión no podés comunicarte con los adolescentes, en Facebook hacés que un adolescente te lea. Publicás algo y resulta que te van a leer cinco mil porque no están en modo 'pelotudo' como en la televisión; sino que leen, entienden, comentan, y crean un nivel de participación. La gente se sintoniza con la *fan page* y no vas a ver insultos, violencia, comentarios malos; hay críticas con respeto. ALDO: Es una excelente

herramienta de democratización. En las redes sociales vos sos tu perfil y tu post, decides qué le metes y qué no le metes a tu perfil, cuánto participas y cuánto no participas. Sos igual que todos, no tenés menos o más plata, franqueas igual, tenés acceso a la misma información, a los mismos contenidos.

4. Con Bs 1 te enterás de todo

Estar en las redes sociales digitales tiene sus costos en tiempo y dinero. Hay distintas opciones de puntos de acceso desde donde es posible conectarse a internet. Hace diez años, en Santa Cruz de la Sierra solía tener un costo muy elevado. Hoy esos costos se han reducido notablemente, pero en Bolivia sigue siendo muy caro en proporción con los ingresos de la población. Los jóvenes recurren a diversas vías para acceder, y también varía el tiempo y la frecuencia del uso.

PEDRO: Accedo desde un café internet. Lo uso cada fin de mes o tres veces al mes, una hora o dos horas porque normalmente trabajo. LAURA: Cuando estaba en el colegio, con dos bolivianos de mi recreo iba al café internet tres o cuatro días a la semana y entraba a "Face" de media a una hora como máximo. Desde que salí del colegio, no entro mucho. ADRIÁN: En las redes sociales te informas, economizando tu tiempo; con un boliviano ya estás al tanto de lo que pasa. ENRIQUE: Me conecto desde la computadora de mi casa por una señal de antena que me pasan de otro internet. Todos los días entro dos veces: en la mañana y en la noche. PAMELA: Antes sí o sí, entraba sagradamente todas las noches, desde la computadora de mi casa. SARAH: Entro desde mi celular, pero a veces voy al café internet.

CECILIA: Antes, entraba al internet que tenía habilitado en mi casa o iba a un internet afuera. Ahora accedo desde mi celular cada que hay notificaciones. EDUARDO: Entro desde la computadora de escritorio, mi tablet o mi notebook; pero no desde mi celular porque me es incómodo. JORGE: Entro desde mi teléfono para distraerme. Cuando uno está libre, entra cada diez minutos a mirar qué hay y, por más que no haya nada, para despejar, a ver qué hay de nuevo. LISA: Tengo conectado Facebook todo el día en mi teléfono; si me llega algo, lo estoy viendo. ALEJANDRO: Yo no tengo internet en casa, y tengo que ir al café internet, que me cuesta dinero. Otra alternativa es ir a buscar algún lugar con WiFi gratis. TOMÁS: Aunque soy un 'facebookólico',

me raciono. Trato de no estar enganchado todo el día, si no, caigo en la tentación de mirar cada hora.

5. En Facebook, vos sos tu propio todo

Con muchas de las funcionalidades que tiene Facebook en el mundo de las redes sociales, para los jóvenes el uso del mismo tiene ventajas, pero no faltan las desventajas.

PAMELA: Ninguna desventaja, es buenísimo porque tenés todo. MATÍAS: Me entero de noticias por las publicaciones de la gente o de las páginas a las que les doy 'Me gusta'. JENNY: También recibo noticias, como de la Red Uno (de televisión), *mensajeo* con mis amigos, veo lo que publican. TOMÁS: Facebook me da la oportunidad para dos cosas: decir las cosas que tengo que decir, pero principalmente lograr un público que escuche estas cosas que tengo que decir. No para cambiar a nadie ni que haga lo que yo quiera, ni mucho menos, pero para sí sembrarles ideas, moverles la cabeza. Estamos muy acostumbrados a estar quietos, a no pensar demasiado. Entonces me gusta decir: "Mirá, hay este otro camino". No para obligarlo, pero sí para decir que hay otra posibilidad. Otra de las cosas fascinantes que me dan Facebook y también Twitter es aprender. Cuando yo soy contraflecha y tiro algo, aparece otro más contraflecha, y otro que va por otro camino. Entonces, en esos trucos y retrucos es donde yo estoy abierto a aprender. Hay mucha gente inteligente, mucha gente alucinante.

PAOLA: También la ventaja es que acorta distancia: con Facebook, en poco tiempo, en segundos ya sabes noticias o situaciones que pasan en otros lugares. PEDRO: Lo bueno es que me puedo conectar de cualquier lugar donde haya internet. Su desventaja es que a veces puede ser peligroso. Tendría miedo que a mi hija la conozcan, porque hay muchas personas malas que pueden sacar provecho de esas páginas. JORGE: La ventaja es que tenés a las personas virtualmente cerca. La desventaja es que tu privacidad queda comprometida porque tu información quedó para siempre en la red. ELIANA: A mí me pasó que hay gente que tiene mi foto de fondo de pantalla, y yo decía: "¿de dónde diablos la sacó?". Yo me protegí de alguna manera, pero no funcionó totalmente, ya que mediante los amigos en común otros acceden a mis fotos. DEISI:

Dentro de lo negativo, son muy peligrosas las cosas fraudulentas que se puedan hacer a través de Facebook, como dar mucha información o los perfiles falsos. Pero uno puede controlar ese tipo de situaciones. En general me parece que es un aporte el tema de las redes sociales. No reemplaza obviamente a los medios de comunicación masivos, pero ya es un medio de comunicación más. Tiene mayor llegada y la información corre de forma inmediata. JENNY: Quizás personas con malas intenciones buscan información y se aprovechan, como el caso de violación que se vio en la 'tele'.

PAULO: Nosotros habíamos creado una consigna que era: toda acción local, por más pequeña que sea, tenía que tener una repercusión internacional. Y eso sólo se podía ganar a través de estos espacios en internet. Los medios de prensa generalmente no vienen cubrir este tipo de acciones. Le pones una modelo *versus* algo cultural, y obviamente van a preferir cubrir a la modelo porque es más comercial. Es por eso que nosotros hemos creado nuestro propio espacio. Tenemos gente que nos sigue. ALDO: Por eso mismo, hay un montón de ventajas en Facebook: no dependes de nadie, de ningún tercero, programador de la radio, periodista del diario, ni productor de la televisión. Lo que vos querés comunicar, lo comunicás. Vos sos tu propio editor, tu propio censor, tu propio todo. ¡Tenés una autonomía de publicación, una independencia! Es una herramienta de comunicación fantástica. ALEJANDRO: Si encuentras una buena conexión, Facebook es ideal. Pero si es una conexión lenta, como Facebook tiene demasiadas cosas, al usarlas simultáneamente no puedes navegar. PAULO: Sí, quizá el alcance de internet no es tan grande, no todos tienen internet en Santa Cruz, ésa es la brecha que existe en el tema digital. Pero la tecnología móvil ha facilitado para que se pueda acceder desde los propios dispositivos y manejar redes sociales de la manera más práctica. FRANKLIN: La madre del cordero es que no hay cobertura de redes alámbricas y el usuario tiene que contratar internet móvil, debido a lo cual ocurre la saturación. El problema en Bolivia es que, como no hay cobertura de ADSL, cable módem, fibra óptica hasta el lugar, hay varios usuarios que se compran un módem USB y lo usan como acceso primario. Eso está mal porque la gente debería tener en sus casas acceso ADSL. Si tenés la suerte de vivir donde hay cobertura, tenés que rezar para que haya un puerto libre. Entonces la gente usa internet móvil en su acceso primario, que, aunque es intermitente, las operadoras quieren que

se use como un acceso fijo. El acceso de primera calidad se logra si aumentamos nuestra red de fibra óptica.

6. Quiero decir las cosas de frente

Las dificultades estructurales para acceder a internet constituyen uno de los matices de la dinámica social. Otro matiz es la estigmatización y discriminación de los jóvenes, pues la sociedad no reconoce su participación. Aunque los agentes pasivos son comunes, Facebook emerge como un nuevo espacio en el que los jóvenes se informan, comparten información y se atreven a debatir e interpelar el orden establecido. Prácticas que, con poca o mucha constancia, se caracterizan por ser más lúdicas que formales desde una perspectiva tradicional.

JORGE: Cuando surge una noticia relacionada con el Gobierno, por ejemplo una compra sobrevaluada, algún caso de corrupción, sólo la comparto, no la comento. Al compartirla estoy diciendo: "Miren, está pasando esto, está mal". Prefiero abstenerme de comentar porque no es mi asunto, es un problema que está lejos de afectarme. Porque si voy estar opinando sobre algo, es porque quiero hacer algo, no es hablar sólo por hablar. TOMÁS: Los cruceños somos muy desinformados, la mayoría ni siquiera se lee el periódico todos los días. Entonces, si tiene las opiniones de figuras públicas por encima, es porque están siendo educados por la televisión, que está siendo totalmente vendida —por así decirlo—, que es una televisión que no funciona. Dar información en Facebook que a la gente no le iba a llegar de otra manera, es alucinante. Pequeñas triquiñuelas que van en los bastidores de los políticos que no va salir en los medios normales. La gente está atenta a hablar de eso: qué pasa aquí, a ver cómo sabe, qué entendió. Esa posibilidad es sabrosa. No sé si pasa tanto en YouTube, pero en Twitter sí.

PAMELA: He debatido en Facebook. Había una página que era: "Este majadito tiene más 'me gusta' que Evo Morales", y una vez se pusieron a debatir, y yo más me metí. Soy un poquito de hablar de política. He compartido cosas como echando palo al Presidente cuando me parece que algo está mal. LUCÍA: Yo a veces interactúo en el debate. CECILIA: A mí me gusta usar Facebook, no en el sentido superficial. 'El Face´ no es para publicar sólo fotos y hacer comentarios sin sentido. Creo que es una buena herramienta para transmitir

información y para expresar las cosas que sientes dentro. Yo escribo cosas que me salen del corazón, que me alegran, son cosas que me gustan, porque yo sé que no sólo yo las siento, las sienten otras personas también. PAMELA: Lo que sea que hagas, siempre va ser por ´Face´. Si quieres informar algo a cualquier persona, se lo envías por mensaje interno o lo publicas en su muro, en cualquier momento, cuando entre a su cuenta, se va a enterar. Cuando quiero publicar algo importante, entro al muro de mis amigos, y ahí lo publico, así también los amigos de mis amigos se enteran.

TOMÁS: Uno pensaría que el estrato social más bajo está menos informado. Y es correcto, está menos informado. Pero están tan desinformados como los estratos sociales más altos. No te lee el periódico todos los días ni el que tiene menos plata ni el que tiene más plata. Cuando publico algo, estoy atento a personas que identifico, como chicos de El Alto que compraron mi libro. También me divierto con el que tiene mucho dinero y está comenzando a hablar de temas políticos que antes no le interesaban. También me interesa ver cómo reacciona Santa Cruz al hecho de enterarse que la ciudad tiene el 0,3% del presupuesto anual para cultura. A unos le sigue valiendo un 'pomo' pero a otros comienza a interesarles: ¿por qué? ¿qué se está haciendo? ¿por qué el cambódromo tiene más presupuesto? Mover esos hilos es fascinante. NADIA: La gente que tiene Facebook y que accede a las redes sociales es en un alto porcentaje gente clasemediera, un tanto burguesa también. No todos ni todas, claro. Ahora que tengo la oportunidad de conocer la Chiquitanía, encuentro jóvenes que no tienen agua potable, que el agua que beben es chocolate, pero tienen celulares con acceso a Facebook. Son como tres olas: los que no tiene servicios básicos y tienen Facebook, los que no tienen servicios básicos y mucho menos Facebook, y otra que está entre ambas. La gran mayoría es ésa, la que no tiene acceso a nada. Es un beneficio de algunos solamente.

PAULO: Me gusta mucho Twitter, desde la mañana agarro mi teléfono y lo primero que reviso es mi Twitter. Me voy informando, bombardeando mi cerebro con cosas más puntuales, más concretas. Eso me hace ser una persona informada. Ahora, la veracidad de la información es punto aparte. Sin embargo, de las cosas que más me interesan siempre trato de ahondarlas y todo lo hago desde las redes sociales y periódicos digitales. ALDO: La mayoría de la gente se guía por las noticias de Facebook, por lo inmediato. Yo no miro televisión.

Todo es vía internet, san Google, san Wikipedia, si necesitas saber más información seguramente hay un video en YouTube. TOMÁS: Lo primero que hago al despertarme es leer el periódico, la versión digital, eso me da el panorama de qué está sucediendo por otros lados. Luego me baño de información de páginas. La coyuntura marca la agenda. Es increíble cómo puede haber una noticia tan jodida sobre política cruceña o municipal y de pronto hay la noticia que la reina tiene un hijo y absorbe todo. Ese hueco hay que llenarlo. Para eso veo quiénes están hablando de qué, cruzo información y voy viendo si tengo algún otro acceso para una mejor información. No puedo poner nada a la ligera, creo que la política es demasiado importante para dejársela sólo a los políticos. El ciudadano también tiene que hacer su parte política, de incidencia política, sin ser partidario.

TOMÁS: Hay días que es mejor ni entrar porque uno no sabe con qué se va topar. Y hay días que uno puede llamar la atención o dar una postura diferente. Entonces lo que yo hago es esperar la reacción y estudiar cada postura. Luego me propongo alternativas justificadas para abordar el mismo tema, tiene que haber mucho sentido. Me gusta incitar, me gusta poner el dedo en la llaga. Me gusta cuando hay esos choques porque eso revienta la posibilidad de discutir. Aunque odio discutir en "el Face", no disfruto del parloteo, de debatir. Me gusta ver gente debatir porque tienen las capacidades de hacer eso, capacidades que no las tengo yo. Entonces veo los debates y aprendo. ADRIÁN: Uno aprende cosas, porque hay gente que se mete para debatir, leer tus opiniones, entonces uno tiene que saber, conocer e informarse.

ARIEL: Vemos un grado de ansia de participación política que nos sorprende en los jóvenes, que se supone son apáticos. Hay demanda de ese sector de la población de participar, de reclamar. NADIA: Aunque al final no creas que debatiendo por Facebook vas a resolver los temas. Después de que debatía con religiosos o fanáticos, por ejemplo, querían hacerme cambiar de pensamiento y viceversa. Entonces haces el intento por si logras algo, luchas contra la marea porque algo tratas de conseguir. A veces el debate es en vano, y a veces no. Hay gente que ya conozco, que es desgastante para mí; así que no respondo, no sigo. Una vez una amiga publicó algo que generó harto debate, y al final ella misma eliminó toda la publicación porque quería frenar el debate. Algunas veces te desesperas y quieres terminar. Pero hay otras que no. Quieres

terminar, no ganando, pero sí fortaleciendo más tus argumentos. Seguramente el otro lo mismo. Me ha pasado que ha habido gente que me ha dicho: "ah sí, tienes razón". Eso, por ejemplo, te gusta, te emociona. Es como una manera de evangelizar pero en el buen sentido: no en el sentido de obligar; sino con argumentos claros, serios, con información fidedigna, con datos. Que la otra persona entienda que tú estás fortalecida y que no te va cambiar porque que tienes clara tu definición, en mi caso, la política feminista.

7. Transmitís la idea, pero ¿movilizás?

En Santa Cruz de la Sierra, muchas personas utilizan las redes sociales digitales para campañas ciudadanas y protestas de los movimientos ciudadanos, ya sea para crear expectativa, informar, convocar, debatir o, incluso, para organizarse y salir a las calles en señal de descontento e indignación. Sin embargo, existe discrepancia de opiniones sobre el poder de convocatoria de las redes sociales digitales.

ALEJANDRO: Es pasión la que mueve una causa. No es la red, son las personas que pertenecen a la red. Hay que propiciar más el encuentro que lo cibernético. Si no nos encontramos físicamente, si no nos agarramos la mano, si no nos gasifican, los que le están dando solo clic, no saben lo que en realidad está pasando. ROSARIO: Facebook te sirve para informar. Está ahí: si quieres te informas si no, no. Es de libre acceso, eso es lo bueno. En cambio salir a las calles es otra cosa, estar como activista, estar en la lucha es diferente. Con Facebook se genera la indignación. EVA: Hay gente que utiliza las redes para convocar, movilizar, y hay otros que la usan para promocionarse. TOMÁS: Más que generar indignación busco que la gente despierte, que se lleve a la acción. No quiero indignarlos, porque indignarlos es fácil hasta gráfica y conceptualmente. Pero no me interesa indignarlos porque la indignación es muy efímera. Sin embargo, el proceso de educación, de abrir los ojos, eso es más importante, a eso apunto.

ARIEL: Cuando se convoca mediante redes, en grupo se ve que van a participar tres mil y en lo físico van sólo 300. En la traducción del mundo virtual al real siempre se pierde el 90%: sólo asiste el 10%, ésa es la gente que levanta su trasero después de dar *Like*. JOEL: Las redes no pueden convocar en Santa Cruz. No es lo mismo desatar la primavera árabe que convocar "Defendamos la

Manzana Uno como espacio cultural". La primavera árabe tumbó al gobierno a través de las redes; ése es un verdadero éxito. Aquí no existe, no ha habido un verdadero éxito de redes todavía. No hay éxito porque comunicacional y psicológicamente nos tienen muy adormecidos, anestesiados, nos tienen muy metidos en el miedo.

ALDO: Pero es un vínculo de opinión para la gente. Podés transmitir tu idea, si estás a favor o en contra de algo. Pero ¿de ahí a que movilices a las ocho mil personas? No va suceder. Vas a movilizar probablemente a la gente que tenga sentimientos muy fuertes sobre eso. Trasmitís la idea pero no movilizás. A menos que sea una fiesta, cuando es fiesta movilizas a todo mundo. Facebook, para mí, todavía no tiene el poder que tiene el periódico. Por ejemplo, cuando el periódico convoca a un cabildo, si *El Deber* te convoca a un cabildo, Unitel, PAT, Red Uno, te convocan a un cabildo, hay otro peso: la gente sale. Ése es un poder de convocatoria muy grande. JOEL: El papel de las redes aquí es detonante, detona algo. Si a los medios masivos les interesa, lo amplifican. Es decir, las redes llegan antes que los medios, eso ni duda cabe. Ahora hay periódicos y gente persiguiendo los perfiles de algunas personas, porque pueden ser líderes de opinión de alguna cosa o pueden tener primicias en algún tema. Es más, los medios escritos y televisados ya se basan un poco en lo que está pasando en las redes.

NADIA: Desde mi experiencia, nuestro activismo como Agitadoras Sociales nace también con el ciberactivismo. Vimos el movimiento de la "Marcha de las Putas" que nació en Canadá y había llegado a México. La manera como se había movilizado fue por las redes sociales. Y dijimos, ¿por qué no lo hacemos acá? En 2011 decidimos ponernos un nombre porque queríamos crear un evento en Facebook. El fin era hacer sólo la marcha. Nos pusimos Agitadoras Sociales y empezamos a agregar a alguna gente. Cuando creamos el evento "Marcha de las putas", nos ha llovido gente que nos ha agregado a la cuenta. Fue increíble, no nos esperábamos tal magnitud. Preguntaban ¿por qué putas? ¿son prostitutas? Dejamos la información clara. Además empezamos a hacer algunos volantes y tapizamos así toda una pared aquí de la plaza. En el evento se empezó a generar debate en torno al acoso y a la violencia machista. Generamos una especie de diálogo, de encuentro de argumentos de alrededor de 3.000 a 4.000 personas. Aunque a la marcha no acudieron esas 4.000, pusimos en el tapete el tema de la violencia y el acoso callejero que es también

violencia. A partir de ello no bajamos la guardia. Marcharon con nosotras unas 200 personas que se enteraron por Facebook y desde entonces nos contactaron unas compañeras de La Paz, que querían replicar el evento. Fuimos hasta allí y unas 500 personas marcharon. Eso me parece interesante: cómo movilizas masas y cómo las causas se van trasladando a otras sociedades. En este caso, empezó en Canadá y se trasladó también a Bolivia. Luego Chile y otros países nos pedían sugerencias, ideas, material o que les compartamos experiencias.

7.1. De la Manzana de la discordia al dedo meñique

Para esta investigación, como muestra el Capítulo Tres, se ha tomado en cuenta cinco movimientos con diversas causas: arte y cultura, medio ambiente-derechos humanos, protección animal, telecomunicaciones y una campaña paragua de formación ciudadana. Al respecto, los jóvenes consultados tienen su propia lectura.

Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural

El espacio cultural Manzana Uno, amenazado por el presidente de la Brigada parlamentaria de Santa Cruz con el desalojo de los ambientes que ocupa en una casona aledaña a la plaza central, movilizó a la ciudadanía. ¿Cómo vivieron los jóvenes entrevistados esta experiencia?

EVA: las redes sociales fueron donde se gestó y generó todo para defender la Manzana Uno, los medios de comunicación fueron el nexo entre redes sociales y las autoridades DEISI: Me enteré del problema por la televisión, no por las redes sociales. JORGE: Escuché algo, pero no me involucré SARAH: No escuché nada. PAOLA: Yo me enteré charlando con unos amigos y por los medios de comunicación. PAULO: Estuve muy al tanto y apoyé en lo que pude a través de las redes sociales. Me enteré por Facebook, teléfono, amigos y estuve respaldando presencialmente. NADIA: Me enteré por una amiga, ella en realidad sugirió que me una a ese grupo; no logré ir a la acción que se hizo; pero estaba en el grupo y leí toda la información.

ALDO: Lo que generó el grupo de Facebook fue muy importante para la opinión pública: atrajo la atención de los medios de comunicación tradicionales.

Lo que se logró fue atraer la atención de gente que tiene peso en la opinión pública. Porque no es lo mismo que doña Pancha de la vuelta de mi casa opine, a que opine Carlos Valverde, (conductor del programa televisivo "Sin letra chica") o que opine Pablo Fernández (humorista y conductor de televisión), Enrique Salazar (conductor del programa televisivo "Que no me pierda") o Germán Antelo (líder político en Santa Cruz). No es lo mismo, porque son personas que de alguna forma, dentro de ciertos ámbitos, tienen un poquito más de peso. JOEL: Lo que pasa es que la gente tampoco se enteró de la movilización. No todos tienen acceso a las redes sociales, ni a internet siquiera. La mayoría de la gente que fue a la Manzana Uno tiene acceso a internet, está dentro de las redes y tiene compromiso con la cultura. Cuando la cosa es demasiado política, la gente no quiere saber. Pero esto es algo muy neutral, es cultural, entonces es de todos. Pero los medios no convocaron al pueblo, no había pueblo, no sé por qué. La convocatoria fue un poco de *élit*e, sin que se malentienda élite como algo superior. Sólo fueron los artistas y algo de público al que le gusta el arte. Pero yo no vi gente de la Villa 1 de Mayo ni del Plan 3000, la que debería ser involucrada también para decir que fue un movimiento de la sociedad.

PAMELA: Leí que era algo cultural, pero no me llamó la atención. ERIKA: Me enteré de todo por Facebook. No me uní al grupo ni llegué a ir al evento. Cuando voy al "inicio" de la página, veo muchas cosas de pasada, me entero, pero salto lo que no es lo mío o no me interesa. ALEJANDRO: Nosotros apoyamos desde el principio "La Manzana no se toca". Desde la noche en que *La Pulga* creó el grupo "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural", empecé a agregar gente. Después hubo el gran manzanazo y fuimos todos a la plaza a apoyar y defender ese espacio cultural. TOMÁS: Subía imágenes con humor, justamente para que más gente se entere. Le daba un atractivo a las imágenes, porque la gente pasa y pasa cuando algo no es atractivo. Si ofreces algo atractivo y con contenido, entonces volcás miradas. Yo desde Facebook tenía alguna gente que me seguía, entonces compartía imágenes. También entré al grupo de la Manzana y vine a la concentración, pero no estaba dentro de ninguna comisión ni nada.

TOMÁS: Fue un ejercicio ciudadano sabroso, fuerte, rápido, conciso. Lograr algo tan rápido, en una noche, dos noches, una semana de estar ahí metidos. Lograr que la gente se una fue como una insignia de "logré esto, tengo

más poder, tengo poder ahora". Lo visualizo como un arma: te estás largando al mundo, pero ya tenés un cuchillito, me entendés, ya tenés con qué defenderte. Ya tenés algo que te dice: "estás por el camino correcto". Logramos algo en conjunto que me produjo algo muy personal. Me dio una fuerza para decir: "Somos bollo y logramos algo. Pero también soy uno, ¿qué más puedo lograr sabiendo que tengo esto?". Para mí fue darme cuenta de que somos uno con la responsabilidad de que estamos en el bollo y que tenemos que seguir pa'delante.

TOMÁS: Pero lo de la Manzana Uno no fue un éxito. Logramos algo muy fuerte que fue mantenernos en esa pequeña batalla. Pero, ¿éxito como tal? Sigue desatendida, siguen sólo los machos de Juan y Ejti al frente. El POA fue de 0,3% para cultura al año siguiente. No es un éxito. Esto va ser un éxito realmente cuando se logre cambios a nivel general, cuando se enganchen todos los problemas y seamos un solo bollo.

Se van los 300, me voy yo

En abril de 2013, la empresa Tigo decide modificar su plan de 300 megabytes por 3 bolivianos, denominado "Internet Total", sin aviso previo a los usuarios. En Facebook se tradujo la molestia y se organizaron acciones en la calle.

FRANKLIN: "Se van los 300, me voy yo" es un grupo en Facebook que creció como pipoca. El movimiento nació en respuesta a una desesperación por parte de los usuarios de Tigo. Fue esporádico, el grupo tenía el propósito de revertir la medida, pero lo pudieron lograr. El reclamo es muy justo. PAOLA: Yo no me enteré de nada en contra de Tigo por "el Face". MATÍAS: Una vez vi un comentario. Pero no sabía del grupo en Facebook. ELIANA: A mí me afectó, vi las fotos que subían, pero no me hice fan de ningún grupo. PAMELA: Vi que todo mundo se quejaba, yo no uso Tigo, así que no compartí nada. Quien no es de Tigo, no se interesa. LISA: Yo utilizaba el paquete. Un amigo se sabía una maña para recibir los 300 megabytes. Pero no, no me enteré nada del grupo "Se van los 300, me voy yo". DEISI: Era una campaña negativa. Me enteré por Facebook. Es que soy de Tigo y he trabajado tanto tiempo con ellos, así que no. Ahí nomás.

PAULO: Me enteré, pero no participé, porque nunca fui miembro de Tigo. Pero soy muy consciente de que internet en Bolivia es caro y deficiente,

porque nos lo venden supercaro y las empresas que tratan de recuperar costos más ganancias, a lo mejor tienen muchas más ganancias. Mientras no tengamos internet acorde a las circunstancias, vamos a seguir en las mismas. ADOLFO: En la página de Tigo, cuando reclamábamos, muchas veces nos decían que porque son pobres están reclamando. No se trata de eso, yo puedo pagar mi internet al precio que está ahora. Pero no es justo pagar tanto por algo tan malo. TOMÁS: Estuve atento con dos personas de Twitter que estaban muy metidas e hice algunos estados hablando del tema. Pero no tenía la relación directa con el problema. Me parecía que se estaban peleando sólo por megas, porque no era el tema de mejor internet, como hace Más y Mejor Internet para Bolivia. Ese sí. Lo que pasa es que a veces Facebook se transforma en un *quejadero*, es lo más fácil, hay temas todos los días para quejarse. Mi consigna es que no me voy a quejar de algo si no voy a lograr un cambio directo, soy responsable con eso.

ADOLFO: Creo que el grupo fue algo masivo, porque había comentarios, ideas, propuestas de qué hacer, de cómo organizarse, de cómo tratar de llegar a los medios de comunicación. Entonces yo creo que internet fue el impulso. Creé muchas imágenes, cada persona tenía su rubro y a cada uno le nace apoyar con lo que sabe hacer. Yo publico noticias sobre cómo podría solucionarse los problemas. Tal vez no estarán todos activos para comentar o publicar; pero sé que van a estar activos informándose, van a ver la noticia, un vistazo por lo menos. Hay que mostrar la realidad, enseñarle a la gente. Cuando la persona tenga esa información, se va a animar a salir. RICARDO: La gente apoyaba y apoyaba; pero llegada la hora de poner pecho a las balas, nadie se aparecía. En Cochabamba era distinto porque se creó un buen equipo de trabajo. Al grupo en general le dio ánimos la movida de Anonymous; se podría decir que fue la mejor semana que tuvo el grupo porque todos actuaban simultáneamente. ADOLFO: Yo creo que se buscó a Anonymous porque se pretendía que hubiese algún ataque por internet, algo *online*. RICARDO: Era muy difícil trabajar con el grupo porque no teníamos apoyo. Cada que llamábamos a reunión, 50 personas comprometían su presencia, pero iban ocho como máximo. Dado ese antecedente de que el grupo ya no iba en serio, porque empezaron a hacer tonterías con éste, nació JUXUMI-Jóvenes Unidos X Un Mejor Internet. Se siguió adelante, ya no para luchar por los 300x3, porque esa lucha estaba perdida, sino para luchar por mejor internet para Bolivia.

MARCOS: Se generaron reacciones, unas más airadas que otras; fueron bríos de tinta digital. En las redes sociales tenemos un gran porcentaje de gente joven, que es un poquito más explosiva a la hora de reaccionar cuando les hacen algo. Sin embargo, tenemos el bagaje cultural de que nada más nos quejamos y no hacemos nada. Muy pocos han llegado a hacer algo. CHRISTIAN: La gente que está ahí, no sabemos si son infiltrados o simplemente de otro país. Yo pienso que ahora es más un relajo, pues ponen fotos expresando su enojo contra *Timo*. Pero no hacen nada después. Los que están en la lucha continua somos pocos

RICARDO: El acierto fue que a pesar de no recuperar el servicio, logramos demostrar a las telefónicas que unidos podemos hacerles daño. Pero también demostramos que podemos organizar masa y hacer una protesta pacífica, como cuando logramos recolectar más de 130 firmas; y eso lo hizo un tipo totalmente desconocido. Esa vez sólo los medios Cristal y Full Tv nos transmitieron, pero al no ser canales muy vistos, no tuvimos mucho respaldo. ADOLFO: Supongo que es por el auspicio que tienen los medios de comunicación. RICARDO: Para ser sinceros, era el principio del fin. Porque al no tener respaldo de la ATT y ver que estábamos remando contra la corriente, muchos desertaron. Entonces JUXUMI quedó en *suspen* (suspenso). Lo que logramos con "Se van los 300, me voy yo" fue ser un grupo rebelde. Nada formal, sino un grupo dispuesto a todo. La *patinga* (pata) coja fue que mucha gente no defiende sus ideales a *full* (plenamente*)*. Sólo sigue y sigue a la corriente. Hay carencia de valores y convicciones. Falta garra, la gente prefiere refugiarse tras una pantalla.

FRANKLIN: El ciberactivismo en Bolivia está todavía en pañales, la gente se siente más cómoda reclamando desde su computadora. No asiste cuando se le pide ir a la calle o a una reunión, se nota que todavía nos falta harto en ese tema. Falta harto para que del ciberactivismo de la computadora se pase a las calles. Pero es parte de la cultura del país: el boliviano no está acostumbrado a reclamar, se queda callado, tiene vergüenza de reclamar, diría yo. Desde Más y Mejor Internet para Bolivia estamos tratando de hacer conocer a la gente que tiene que reclamar; si su internet no es muy bueno, tienen que acudir a Odeco, es el único recurso formal. ADOLFO: Cuando eliminaron los 300, sólo se podía sentar denuncia ante Odeco. Algunas personas lo hicieron, otras evitaron hacerlo formal para evitar que las investiguen. Más aún, cuando no hubo el apoyo de la

ATT, creo que muchos desistieron de hacerlo. Incluyéndome a mí: yo nunca hice un Odeco contra Tigo por ese motivo. FRANKLIN: Incluso si hubiera cultura de reclamo, los procesos de reclamo en la ATT, un Odeco en segunda instancia, demora hasta 45 días. Es un tiempo exagerado. Al operador hay que rogarle para que abra, te dicen que no fue bien ejecutado, te la tratan de charlar. MARCOS: Las pocas veces que nos quejamos, tienen una serie de dispositivos, de argucias para cansarte, para que te aburras del reclamo. Eso, añadido a la falta de cultura y de fe en nuestro sistema son componentes que se alían para favorecer a los que cometen abusos contra el usuario y el consumidor. FRANKLIN: Realmente hay que tener harto carácter para persistir ante Odeco. Incluso para abrir una denuncia hay que tener una cierta capacidad de redacción, porque uno le dicta al operador. Por eso, también ayudamos en ese aspecto.

MARCOS: Se han acostumbrado a pensar que el usuario en Bolivia se está chupando el dedo. No es que la gente sea tonta, sino que desconoce estos temas y cualquiera la puede engañar. Pero yo me he empecinado en que hay que dar ejemplo. El sistema, con este gobierno, ha generado una infinidad de nuevas leyes, lo cual está muy bien; pero a mí de qué me sirven las leyes si luego no se las pone en práctica, no se las hace respetar. De eso también tenemos culpa los ciudadanos, porque la poca fe en nuestro sistema hace que no hagamos ni siquiera el intento de darle rodaje a estas nuevas instituciones, a estas nuevas leyes. Si tú no le das la oportunidad al sistema de ponerlo en funcionamiento, de darle rodaje como a un coche, pues nunca va echar a andar.

FRANKLIN: Muy pocas veces entré al grupo. Al ver la falta de seriedad que tenía y que ya estaban amenazando con realizar ataques. Me pareció gente inmadura que no sabe cómo expresar su rabia. Yo igual tenía rabia, porque yo fui afectado, a nivel profesional más que todo. Ese grupo permitió que se desvíe hacia la ilegalidad. Aunque no era ilegal, porque en Bolivia los delitos informáticos no están bien tipificados, reglamentados, así que todo es bien relativo. Pero desde mi punto de vista, no era la solución amenazar. Con amenazas no se logra nada. También dejaron que se vuelva un mercado su grupo, publicaron de todo. Al final, nada concreto. ADOLFO: El grupo ha sido desorganizado en parte, yo creo que también por la bronca, la euforia que había en ese momento. Se buscaba más que todo llamar la atención, buscar que las autoridades nos apoyen.

MARCOS: Yo estoy decidido de llegar hasta el final; ya son dos años de recursos. Obviamente no voy a quedar a medio camino, para algo lo estoy haciendo y no es precisamente para que me devuelvan el dinero que me han cobrado indebidamente. No. Es porque quiero sentar un precedente de interés general, algo que sea de beneficio para todos, pues el objetivo es incidir en la gente. Que la gente vea que cuando se quiere se puede hacer las cosas en este ámbito. Necesitamos cambiar la mentalidad de la gente: que dejen el individualismo, el egoísmo, que sean un poquito más conscientes de que es necesario que seamos solidarios; porque no se consiguen las cosas de manera individual. Para esto, la mejor forma es enseñar con el ejemplo.

Justicia por la masacre en Terracor III

La matanza de 71 mascotas en la Urbanización Terracor III, de Warnes, por miedo a la expansión de un caso de rabia canina detectado, desencadenó una molestia tanto en los defensores de los animales como en comunidades independientes.

ROSARIO: La indignación por el maltrato a los animales nos llevó a unirnos como grupo. Nos unimos La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Luego empezamos a contactar a otra gente, como la de Tarija, y creamos un nexo para luchar a favor de los animales. PAMELA: La masacre la vi por Facebook, pero no tuve tiempo para participar. También vi a la gente movilizada en la plaza (24 de Septiembre) un día que pasaba por ahí. JORGE: Yo me enteré por el periódico. GERARDO: Escuché de eso por la televisión. LAURA: Yo también he llegado a escuchar por televisión y por algunas personas, pero no por “Face”. DEISI: ¿También se hizo por las redes sociales? De eso sí que no me he enterado. ELIANA: No me enteré de lo ocurrido. LISA: Yo los he visto en Facebook y en la plaza. Me enteraba más de eso en “el Face”, pero sólo he llegado a darle ‘Me gusta’. ALEJANDRO: Del caso de Terracor nos enteramos primero en las noticias, luego en la red. Nos sumamos, participamos de la vigilia, estuvimos en la marcha que hubo en el parque urbano. Todos los días compartíamos contenido por las redes. TOMÁS: Se labura en diferentes niveles. Vine a unas marchas aquí en la plaza, saqué fotografías, hice textos sobre lo de Terracor. También trataba de filtrar información a los grupos.

ERIKA: Yo regresaba de viaje y cuando abrí Facebook todo era Terracor y la matanza. Me puse en contacto con todo el mundo para saber qué había pasado. Les hablé por WhatsApp y por Facebook. Por cuestiones de trabajo no pude asistir al lugar, pero siempre estaba al tanto. Personas de La Paz me ayudaron bastante a contactar a todos los demás a hacer marchas masivas a nivel nacional. Esto no debía quedar impune. Todo lo hice por Facebook, muero sin Facebook. Hay más facilidad para encontrar organizaciones o personas, porque nadie sabe los teléfonos.

ERIKA: Con las marchas aquí me quedé frustrada y me sentía impotente porque fueron un completo desastre. No podía creer que aquí en Santa Cruz, donde han matado a los 71 perros y gatos de la manera más inhumana posible, no haya nadie, sólo los mismos pelagatos que somos los rescatistas. Más bien se sumó otro tipo de personas como Bicicultura Bolivia y los chicos de la carrera de Psicología. Lógicamente que acá, al hacerlo muy seguido, la gente se iba cansando y no íbamos a lograr el éxito que queríamos. En La Paz sí estuvo bien que la frecuencia haya sido seguida, porque si allá no sigues protestando y protestando, nunca te 'tiran pelota'. En cambio acá ha sido un punto en contra que hagamos marchas tan seguidas, porque cada vez éramos menos, menos, menos. Muchas personas que sí se enteraron por Facebook y no quisieron acudir, simplemente protestaban entre ellos, pero a la marcha nunca fueron.

ERIKA: No sé si aquí ha sido que no hemos tenido respuesta. Como he vivido en La Paz, he llegado a la conclusión de que quizás la gente responde bastante más en La Paz porque está acostumbrada a las marchas, estar con carteles y gritar. Sé que acá en Santa Cruz la gente no está acostumbrada a ver marchas, bloqueos y demás. Incluso creo que no les gusta, que les cae mal. Entonces lo que yo decidí hacer para esta causa fue buscar una figura pública. Lamentablemente estábamos contra el tiempo, porque ya venía el Carnaval y a nadie iba a importarle un sorete cualquier otro tema. Se posibilitó entonces el contacto con la reina del Carnaval. Tuvimos la entrevista y la conferencia de prensa con ella. Ella cambió su agenda y decidió ayudarnos. Lógicamente, ella no puede tocar mucho el tema de Terracor o cosas que despierten mucha discrepancia; pero dijo que apoyemos, que tratemos de educarnos más. No sé si muchas personas lo vieron, pero cinco canales de televisión acudieron. El que nunca accedió a mi llamada fue Unitel y yo pensé que acudiría por tratarse

de la reina del Carnaval. Pero creo que simplemente no le interesó el tema de los animales.

Coodapma por el TIPNIS

La movilización por Terracor ocurrió en 2014, la de Tigo en 2013 y la de la Manzana Uno en 2012. El 2011 estuvo marcado por la causa medioambiental y de derechos humanos. La construcción del segundo tramo de una carretera interoceánica, por medio del TIPNIS, derivó en una marcha de los indígenas respaldada a nivel nacional desde las redes sociales, donde se crearon varios grupos y páginas de apoyo.

CARLOS: Como las redes sociales eran el boom, empezamos a lanzar las ideas. Aunque hay muchas organizaciones que nunca las vas a ver en las calles, sólo en internet. Nosotros, como Coodapma, usamos las redes sociales para informar sobre lo que iba ocurriendo. Lo que pasa es que la juventud se ha abocado muchísimo a las redes sociales: los chicos viven en las redes sociales. Entonces es muy difícil encontrar a 75 mil estudiantes en la universidad y tener que corretear con tus volantes detrás de todos. Las redes sociales tienen esa ventaja: puedes llegar a 100 mil tipos en cuestión de una hora. Las redes sociales nos permitían mostrarle al estudiante la otra cara de la cuestión, a diferencia de lo que publicaban los medios o lo que decía el Gobierno, de manera que contrasten la posición. LISA: Supe del TIPNIS por la televisión, no por Facebook. GABRIEL: Yo también lo vi en la tele. DEISI: Me enteré pero no participé. PAOLA: Me enteré por los medios de comunicación y por algunos colegas de trabajo. PAMELA: Escuché algo, pero no le di importancia. SARAH: Mi prima trabajaba ahí, y como ella sabía de la situación, me explicaba. Tengo agregadas todas las páginas del TIPNIS. Yo participaba en esas páginas y también publicaba en mi perfil. LAURA: Yo no comentaba nada, sólo leía y veía las imágenes por "Face". Me enteré de las marchas por este medio y por los periódicos.

ADRIÁN: Cuando me involucré en la movida en defensa del TIPNIS, sabía usar sólo Facebook, pero con el movimiento aprendí a usar Twitter. NADIA: Me enteré por Twitter. En Facebook había grupos donde estaba todo actualizado, te llegaba información, podías compartir noticias, todo superrápido,

y luego escribías en Twitter. En la televisión salía la información pero después de dos horas. En una ocasión nos habíamos juntado para ver una película, una de las chicas vio en su cuenta que había una manifestación y decidimos ir a la plaza. Ni en la televisión había salido. PAULO: Al margen de las redes sociales, tengo amigos indígenas que estaban siendo corresponsales ciudadanos. Esa gente empezó a comunicar mucha información de lo que pasaba en la VIII Marcha. También los seguí por 'Face' y por Twitter. CARLOS: Nosotros también teníamos una comisión de video, con corresponsales en marcha. Se creaban los videos y se los subía. Entonces había textos, videos, audios, imágenes. Los videos fueron de mucho apoyo porque permitieron que la gente vea lo que los canales de televisión no sacaban en las noticias. Y por las redes también se convocó a concursos de afiches para las marchas que realizamos acá en Santa Cruz en apoyo y defensa del TIPNIS.

TOMÁS: Hice mucho estado, mucha crítica, también compartí información. Para mí, ésa es la responsabilidad, que la gente se dé cuenta de muchos temas de los que no están hablando, ir en contra de la noticia oficial. Dar la otra alternativa con datos de los que uno se entera por amigos periodistas que están a mano, y es información que no va a salir. Logré una imagen que fue muy viralizada (compartido) sobre Chaparina. Era el listón negro de luto, pero en los dos lazos había un niño y una niña corriendo, y ponía la fecha de lo ocurrido en Chaparina. Muchos grupos la adoptaron como su imagen. Trato de hacerlo de manera silenciosa: de darle insumos gráficos a la gente para que pueda usarlos. Porque yo laburo mucho con la imagen y la imagen es muy potente. A veces, con el truco de la imagen, se puede hacer que la gente se entere, se meta, se enganche, tenga un compromiso, y eso ya es aporte.

Revolución Jigote

"Revolución Jigote", una movida planificada, surgió también por necesidad, como los anteriores movimientos. El Cedure, a través de su Programa de Formación Ciudadana, tiene una larga trayectoria en la elaboración de diagnósticos de calidad de vida y cultura ciudadana. La evidencia de la urgencia de elevar el nivel de cultura ciudadana da origen a "Revolución Jigote". El convocar a todo el mundo y la libre participación es lo que le ha dado una configuración

natural de "movimiento", aunque en el hecho no lo sea. "Revolución Jigote" es una campaña de formación ciudadana que busca mejorar la convivencia en Santa Cruz de la Sierra, con un horizonte de diez años plazo.

ARIEL: Una experiencia linda que se dio en las redes es que esto fue creado sólo para Santa Cruz de la Sierra. Pero se extendió a nivel nacional: se lo apropiaron en El Alto, en Cochabamba, en La Paz y hasta en San Ignacio de Moxos. Eso es lo interesante y es gracias a las redes. Nosotros lo pensamos para Santa Cruz, lo lanzamos y se disparó. No nos dimos cuenta que llegó a nivel nacional. TOMÁS: Sin Facebook no hubiéramos podido levantar la "Revolución Jigote" como se ha levantado. Hubiera sido imposible. Sin Facebook no hubiera podido tener la aceptación que ha tenido. Fue alucinante como la plataforma sirvió para llamar la atención de toda una ciudad.

MATÍAS: Los vi en YouTube. No comenté. Lo vi a la rápida, sé que era algo para concienciar a la gente. DEISI: Soy participante activa de eso. PAOLA: Yo no los conozco. PEDRO: Yo tampoco. LAURA: He llegado a escuchar algo sobre "Revolución Jigote". Los conocí por el programa que hacen en el canal 42 "Red Social", cuando ganaron la casa; pero sinceramente no sé de qué se trata. ERIKA: Me enteré de Jigote a un principio porque llegué a Santa Cruz y todos me decían: "¿supiste de Jigote?" Yo quería saber de qué se trataba, entonces entré a Google y vi también en Facebook. Aunque hay mucha gente que todavía no sabe. Me parece excelente lo que hacen. Es más, estamos tratando de hacer algo similar con Amigos de los Animales Abandonados (AMAA). LISA: A mí me suena, porque escuchaba al director del colegio decir: "¡Tienen que hacer Revolución Jigote-Bigote!" Y todos: "Ah, ya". Si tirábamos basura al piso y decían '¡Revolución Jigote!', había que alzarla. Sé que tiene que ver con los buenos modales y la limpieza.

ALEJANDRO: Desde el principio estuve con "Revolución Jigote". Nosotros organizamos una pedaleada para ir al lanzamiento porque somos parte de la campaña mediática, de la campaña de vida. Por si acaso, mi casa es Jigote. También por las redes he compartido contenido como el Manual del Perfecto Jigote. JORGE: Tengo ese manual. Me gusta Jigote. Me enteré por el mail de la empresa que me pasaron unas colegas. Me dijeron "Lee este manual, interesante la propuesta", luego entré a Facebook y le di 'Me gusta' a su página. Me pareció bien la idea. Pero creo que se apagaron, ya no sé en qué quedó ese

movimiento. PAULO: Me enteré porque todos somos amigos, somos parte de un círculo. Todavía le falta mucho para poder llegar a zonas como el Pan 3000. Se ha convertido muy del primer y segundo anillo, cuando debería ir más allá. ARIEL**:** Obviamente uno tiene más conocimiento de cierto estrato al provenir de él. Incluso, al inicio, se lo ha criticado por ser 'clasemediero': '*hippie* burgueses', nos decían. Pero estamos trabajando duramente para entrar en todos los demás estratos, generando alianzas y eso tiene que ser de forma natural.

NADIA: No quiero participar de "Revolución Jigote". Me enteré por mi hermano y por unas amigas, un artista les dijo que había una revolución, que se venía una gran revolución, y que estén atentos, que si ustedes quieren ser parte de nuestro grupo, esta es la revolución *tantantantan*. Ahí se puede encontrar mucho ciberactivismo. Revisé la página, el grupo y vi la gente que estaba ahí. La respeto mucho, hay gente interesante aunque otra no. Ésta es una posición muy personal. Me parece que hablaron tanto de una revolución y no hubo o no está habiendo tal revolución. La palabra revolución va quedando muy grande para el proyecto. Entiendo que es un proyecto de una ONG, que tiene recursos tal vez a largo o corto plazo, y que se mueve justamente en las redes sociales. Mi crítica va porque no basta eso. Me gusta más la Revolución Chicote porque dice bien claramente: a las buenas no se puede. Entonces es una sociedad podrida, enferma, que además no ha planteado claramente el tema de la despatriarcalización. Una revolución sin las mujeres protagonistas no es revolución. Me parece bastante *light*. Muchos artistas, mucha fama, mucho de que me etiqueté en esta foto, que levanto mi dedito. Pero lo que se valora es hacer más acciones con y desde la gente, con la calle, en la calle. Ayuda estar en Facebook, pero no hay que quedarse ahí.

ARIEL: En realidad se llamó 'Revolución', o 'Jigote' con "J" para generar curiosidad y ruido. Podés generar mucho ruido, pero cuando la gente se acerca, se revienta tu burbuja y está vacía, en vano ha sido el ruido. Sólo fue muy entretenido y no sirve de nada. En este caso se lo usa como un caballo de Troya: entrás con algo que va irritar, la misma palabra "revolución", pero, como alguien comentó, la revolución es una cosa muy grande, que la pobreza en el mundo, que la justicia social. Es que ésa no es la "Revolución Jigote". Como el caballo de Troya, generó ruido y curiosidad, vos te acercaste, discutiste y te diste cuenta de que estamos hablando de Formación Ciudadana. No importa

el 'dedito' o si es la mano derecha o si es con "J", mientras se hable del tema y se actúe, ¡sirve!

TOMÁS: Lo sabroso de Facebook es que Facebook no es la solución para todo. Es sólo la herramienta. Es fácil dar un clic, una compartida, pero ¿cómo pasamos del clic a la acción? Eso es en lo que estamos trabajando. Necesitamos empoderar a los de abajo para que seamos un bollo, y juntos subamos. Las campañas tienen muchas intervenciones y es donde va empezar a funcionar este mecanismo de manera que Facebook nos permita seguir trabajando con la gente, para sacarlos de Facebook, que se mueva y ejerza ciudadanía. Mucha gente nos recontraodió porque pensó que nuestro logro era tener los "Me gusta". Pero ése es solamente el primer escaloncito de diez años de laburo. Y ese primer escaloncito, sin Facebook no lo hubiéramos logrado. Entonces no deja de ser una herramienta. El asunto está en cómo usarla.

8. Entre Facebook y el megáfono, chic-chic y listo

Los movimientos sociales claramente dependen de la respuesta de las personas, de los objetivos que persigan y el entusiasmo con el que les den vida. Para la articulación, las redes sociales digitales son la nueva herramienta clave. Lo que no necesariamente significa que desplace a los mecanismos tradicionales, sino que trastoca las funciones de éstos y se presenta con nuevas potencialidades.

CECILIA: Para generar un movimiento, primero avisaría a mis amigos más cercanos, luego a quienes deseen unirse y nos reuniríamos para hacer algo, por ejemplo una marcha pacífica con petardos. Pero depende de la causa, porque hay unas que movilizan y otras que pasan desapercibidas. No consideraría la televisión ni la radio, porque no confío mucho en esos medios pues no te dan mucha importancia y si no hay dinero, no te toman en cuenta. Por eso preferiría primero mi entorno y consideraría a todos mis contactos de Facebook. JORGE: Nunca me he metido en nada. Generalmente no soy de esas personas a las que les gusta salir con una pancarta. Yo soy una persona que prefiere hacer su trabajo, y mientras mi entorno esté bien, prefiero evitar meterme en otros problemas. Tengo colegas que paran en esos movimientos, pero yo no. SARAH: Hacer marchas es lo mejor para que a uno lo escuchen, yo saldría por mi barrio con megáfono. NADIA: Creo que la participación de la gente determina el éxito de

una convocatoria. Si hay un movimiento que convoca, no necesariamente tiene que ver con los 'Me gusta', ése hace que la gente se movilice, que esté afuera accionando y no sentada comentando desde el escritorio.

CHRISTIAN: Desde mi punto de vista, podemos ser un millón, pero si se pierde por lo que luchas, ¿de qué sirve tanta gente? De nada. TOMÁS: No sirve de nada mostrar músculo si no tienes educada a la gente. Cuando se llama a una marcha, de esas que hay que hacer rápido, hay que tener mucho cuidado porque podemos tener 300, 500, 1.000 personas; pero si esas personas no saben de qué están hablando, no sirve de nada. Todo sería un movimiento de energía superfalso, superefímero. Sin embargo, si vos tenés 300 personas que constantemente reciben información, cuando saqués 300, van a ser 300 que saben a qué están yendo, por qué están yendo. No es sólo salir a figurar. ¿Querés que salga? Salgo. Pero decime qué vamos a hacer, cuál va ser la propuesta, qué vamos a exigir o cuáles son los mecanismos para hacerle un seguimiento y que se cumpla. El activismo es muy de pose a veces. Ése es un gran mal porque a la gente le gusta, como *boyscout*, tener sus insignias: yo participé en Terracor, yo participé en… Cada uno quiere ser exitoso con su nombre, con su pavo, con su etiqueta, solito, o un grupito solito. Entonces le gusta cargarse de eso, porque el cruceño no deja de ser como es. ése es un problema, porque para funcionar en red se tiene uno que despojar de esas poses También creo que el éxito no está en cuántas batallas se gane, sino en la capacidad de enganchar una batalla con la siguiente, para formar red.

ELIANA: Me encanta pelear, defender mis ideas o pensamientos, pero no me siento cómoda con la gente, así que lo haría sola. Llamaría a la Gobernación o a la Municipalidad. Si no me hacen caso, exigiría porque *tie-nen-que* solucionarlo. LAURA: Para hacer algo, uno tiene que tener un objetivo. Comentaría primeramente con personas cercanas para ver qué piensan, si están de acuerdo conmigo. Charlaría con muchas personas, para que se vaya haciendo cada vez más grande y así defender las cosas que uno quiere. También utilizaría volantes, afiches. En medios de comunicación optaría por la Red Uno. LUIS: Yo publicaría en el periódico, porque la mayoría lee eso primero, antes que la TV. En segundo lugar optaría por Facebook, porque ahí leerían todos mis amigos.

LUCÍA: Primero por carta. Si no me escuchan, optaría por Facebook, es un buen medio. Lo uso para quejarme, es amedrentador: al que le llega la

pelota se preocupa y se mueve, aunque sea para responderte con una mentira. ENRIQUE: Facebook podría ser, porque ahora ahí están mayormente los jóvenes. DEISI: Si tuviera que reclamar algo lo haría por la televisión, porque está a mi alcance. Tengo la ventaja de trabajar en televisión, ésa es mi casa, tengo las puertas abiertas para hacer algún tipo de reclamo. Aunque los reclamos se pueden hacer más fácil por Facebook. ARIEL: Yo optaría por las redes sociales, pues son gratuitas, autogestionadas, o sea, la línea editorial la marcas vos, tu frecuencia la manejas vos. Yo creo que los medios masivos son transversales porque todo el mundo tiene una tele. Pero desde el punto de vista del *target*, desde lo que quieres comunicar, yo prefiero las redes sociales; aunque esté limitada a llegar a cierta población. Pero no es que hay que dejar lo uno por lo otro, pues hay que utilizar todo lo que se pueda. Eso sí, ahora mismo la potencia de las redes sociales es fantástica.

NADIA: Ahora tenemos al alcance las redes. Yo utilizaría todas las medidas posibles de comunicación. Todo lo que se pueda Sin quedarme solamente en lo virtual. Sin embargo, depende del público y del tema con el que quieras trabajar. Si quieres hacer un debate, si quieres que vaya mucha gente y muy diversa, ahí yo apelaría a la radio. Si quieres un público más *light*, más joven, más clasemediero, tal vez la redes. La televisión tienen su agenda: lo primero, lo que le interesa, es una línea más roja. La parte cultural, de transformación y de cambio, no le interesa. Pero está bueno meterse en el tema de la televisión, porque es un medio que la gente ve más y por el que se informa. Estaría también el periódico, aunque es más selectivo respecto del público. De todas maneras, me quedo con la radio de principio, y de manera más cómoda las redes ayudan. Finalmente acudiría a la calle: las radios bocina, las panfleteadas, los *stencil*, el teatro. Medios más alternativos para que la gente pueda ver algún resultado final en tu evento, en tu debate.

PEDRO: Yo lo publicaría por Facebook, en último caso están las noticias que se generan en la gente, tipo "Yo periodista". MATÍAS: Utilizaría "Face" primero. Veo que muchas personas están conectadas y sería un buen medio de promoción. LISA: Facebook y WhatsApp son lo más fácil. Porque en el periódico tenés que ir a *El Deber*, tenés que pedir no sé qué; la televisión lo mismo, tenés que ir al canal. Y por tu teléfono es más fácil subir datos, *chic-chic* y listo. PAOLA: Lo subiría a mi muro de "Face". Una vez hubo algunos problemas para

que se abriesen materias de verano en la universidad. Empezamos a reclamar por la misma vía burocrática de todos los años y yo subí el tema a mi muro y mis compañeros empezaron a comentar. ¡Ucha!, se enteraron en minutos e incluso comentaban personas que no eran mis amigos. También docentes que tengo agregados nos daban algunas sugerencias de qué podíamos hacer para acabar con ese caos de inscripción de materias. Y yo lo subí sólo porque estaba frustradísima.

ROSARIO: Mi primera idea para convocar fue Facebook, luego los medios. Lo primero es hacer que toda la gente se entere de la noticia y un buen medio es Facebook. Es masivo: tienes la información, la fotografía, la subes y empiezas a etiquetar a todos para que se enteren. Opté por Facebook por la facilidad: es rápido, es gratuito y de fácil acceso. Sobre todo para organizarnos, para informar, para indignar a las personas. ALDO: Compartiría por Facebook y vería la reacción de la gente. Cuando una causa toca una fibra sensible, hay muchos comentarios, hay mucho tráfico, hay muchos *Like* e incluso la gente comienza a proponer cosas para movilizarse. NADIA: Pero también encuentro que tenemos que irnos liberando de las redes, en el sentido de que no nos aprisionen y nos mantengan ahí. Sino de que te muevas, salgas, agites, movilices, hables.

9. ¡Libresanga! Es mi Facebook

Las redes sociales son un espacio en el que los jóvenes participan intercambiando ideas, propuestas y experiencias. Es decir que tienen acceso a información y, a la vez, crean contenido. Si bien el contenido no necesariamente está relacionado con el ejercicio ciudadano, es notable la conciencia de libertad a la hora de publicar. Como también el conocimiento de las razones para hacerlo, la elección del contenido y los posibles efectos.

PAMELA: En Facebook me siento libre de publicar. ¡'Libresanga'! Facebook es mi Facebook, nadie me dice nada, publico lo que yo quiero. CECILIA: Siempre publico cosas de la iglesia. Yo enamoradísima del Señor, todo el tiempo publico lo que siento por él. Me siento motivada a hacerlo, porque necesito reflejar ese amor que le tengo. Publico más que todo sobre mis sentimientos y mis emociones. Publico cuando me pasa algo nuevo, algo que nunca antes me

había pasado; aunque no lo cuento todo precisamente, sino que doy pistas. LISA: Cuando me pasa algo triste me lo quedo para mí. No me gusta comentar nada triste. Pero sí publico si es algo para bien, o cosas más que superficiales que podés comentarlas con todo el mundo, como mi ingreso a la universidad, comiendo en familia, cosas así. JORGE: Yo no soy mucho de comentar, solamente llego a comentar lo que publican personas muy-muy cercanas: familiares o muy buenos amigos. Pero alguna publicación sobre el Gobierno, sobre alguna empresa que hizo alguna 'jocha', no, no. ENRIQUE: Normalmente escribo frases, si le ponen "Me gusta" es porque debo tener la razón. También publico fotos de los paseos y reuniones con mis amigos. Subimos fotos y comentamos. LAURA: Las fotos me las han subido. Porque yo no sé subir fotos. En mi estado escribo mis pensamientos. LUIS: Publico cosas que me gustan, aunque a otros no les guste, me dicen: "¿por qué publicas eso tan feo?", o "¿por qué subes esa foto tan fea?". Pero yo lo publico porque a mí me gustan.

PAULO: Lo que yo quiero lograr con mis publicaciones es que la gente identifique que desde acá se están generando acciones positivas. ARIEL: Una vez me dijeron "no hagas esos textos enormes, nadie lee en Facebook". Bueno, pues yo soy locuaz, en una de esas no hice caso y escribí uno enorme. Al día siguiente había un montón de comentarios y *Likes.* Entonces, ¡patrañas! Si la gente ve y le interesa, sigue leyendo. TERESA: Como usuario yo te digo que voy a abrir y leer un texto largo por el contenido. Me interesa más el contenido que la foto. EVA: Algo que me sorprendió fue que para lo de la Manzana Uno no necesitamos muchos recursos, solamente la información textual, y la gente comenzaba a debatir acerca de los temas.

En efecto, los debates también ocurren en Facebook. Aunque algunas veces la publicación de opiniones no llega a constituirse en debate, pues hay distintas alternativas ante las críticas o las expresiones en desacuerdo.

CECILIA: Depende, muchas veces tienes amigos que publican algo y uno piensa de una forma y la otra persona piensa diferente y escribe su desacuerdo. Les respondo inteligentemente: no hay que rebajarse al nivel de los otros, hay que ser más amable. MATÍAS: A mí nunca me pasó que digan algo malo en una foto mía. ENRIQUE: Me siento con la libertad de publicar en "el Face", si a alguien no le gusta, entonces que borre mi publicación o me elimine. LISA: Una sola vez me pasó que alguien hizo un comentario medio desubicado.

Eliminé el comentario, no me gusta hacer lío, no me puse a pelear. LAURA: Simplemente lo que hice fue eliminar los comentarios y no tomarlos en cuenta. ¿Para qué hacerse de enemigos? Preferible dejar ahí el asunto. Muchas veces me han hecho sentir mal, en fotos con los amigos o las amigas. Chicos desubicados comentaron cosas muy malas. Mayormente por los aspectos físicos, los otros llegan a comentar cosas que hacen sentir mal a muchas personas.

¿Y la policía del Face?

Así como la posibilidad de eliminar comentarios, hay otras posibilidades de respuesta que las redes sociales digitales permiten, como denunciar contenidos. Este proceso se hace con un par de clics y requiere de una clasificación *grosso* modo.

JORGE: No, no me han censurado que yo sepa, no me ha llegado ninguna notificación. Pero denunciar, podés denunciar, claro. Alguna vez he estado a punto de hacerlo, pero no. NADIA: Llegué a denunciar muchas veces. Como estamos conectadas con compañeras, basta que una pase la voz: "machista detectado, aquí chicas, ayuden a comentar". En ese debate entrábamos, aunque a veces es desgastante. Denunciábamos fotos juntas. CECILIA: Una vez tuve un problema con una chica que publicó algo. Traté de ignorarla pero me seguía escribiendo de forma vulgar y la bloqueé. También bloqueé a otro amigo porque no me gustaba su forma de ser. PAMELA: He bloqueado a muchos, porque hablaban cosas malas, o porque me molestaban mucho. ALDO: Yo nunca he denunciado, soy bastante tolerante con prácticamente todo y no creo que tengamos que llamar a la policía de Facebook para que quite una foto, un video. Y eso que he visto cosas sumamente grotescas en Facebook, o sea cosas feas, pero bien feas que son denunciables. Pero no pierdo tiempo en esas cosas.

Todo "Me gusta", puuuf, aceptar

En tanto se trata de un espacio de interacción social, no sólo existen mecanismos para regular la misma entre usuarios. Para abrir una cuenta, o acceder a alguna aplicación, es requisito indicar que se leyeron y aceptaron las Condiciones de Uso. Se trata de contratos que estipulan el alcance de la responsabilidad de las plataformas, como también los límites y permisos que otorgan

los usuarios para el manejo de su información. Generalmente se asume que se trata de servicios gratuitos; y ocasionalmente se comprende que en realidad el permiso para manejar y vender la información personal es también una forma de pago a cambio del servicio.

ENRIQUE: Leí las condiciones de uso sólo un poco; como el texto era larguísimo, le di aceptar nomás. LISA: No las leo. Son hartísimas y *chiquitingas* las letras. MATÍAS: Yo no, no sabía que había que leer. PAOLA: En ningún momento me ha salido ahí: "Derechos y obligaciones del usuario". Así que no leí nada de eso. JORGE: Sinceramente no, no las he leído. ¿Para qué voy a leer si sé que voy a aceptar? Es decir, me parezca o no me parezca, reniegue o no reniegue, igual voy a aceptar. CECILIA: No conozco ningún deber ni condiciones de uso de Facebook. Pero cuando cumplí mis 18 años de edad me llegó un mensaje que me decía que ya era mayor de edad, y que ya podía manejarlo sola, sin control de un mayor. ERIKA: ¿Las condiciones de uso? ¡Ay no! Todo "Me gusta", *puuf,* aceptar. He dicho esto está de moda, esto quiero. Aparte que es muy largo, deberían hacer un resumen. NADIA: Honestamente creo que le di aceptar a todo. Había como una desesperación, pues en ese momento era el *wow*.

Kermesse por la abuelita de Chichi, ¿asistiré?

Además de las aplicaciones, grupos o *fan page*, Facebook permite la creación de Eventos, los que cuentan con espacios para imágenes y texto que permiten la descripción e indicación de detalles como lugar, día y hora. Al recibir la invitación a los eventos, se puede pinchar en una de las siguientes opciones: 'Asistiré', 'Tal vez asista' o 'No asistiré'. Opciones que tienen otro significado, más allá de lo que la palabra parece indicar. Es decir, se puede poner "asistiré", aun cuando se sepa que no se lo hará, a manera de manifestar el apoyo al evento.

MATÍAS: Marco "Asistiré" sólo cuando es seguro que voy a ir. Si no, pongo "No asistiré", o lo dejo. CECILIA: Unas dos veces le di asistiré, una no pude ir. Revisaba el evento y dependía de qué era y si tenía con quien ir. PAMELA: Siempre marqué que asistiría, pero nunca lo hice. Es una forma de indicarles a mis amigos que estaba dispuesta a ir, por si ellos se animaban. JENNY: ¿Para qué le voy a dar "Asistiré" si no voy a ir? DEISI: Si voy a ir, le

hago *clic* en “Asistiré”. Porque normalmente las cosas que yo recibo son eventos muy formales. Para mí el “Asistiré” es voy. PAOLA: “Asistiré” es que voy a estar presente en ese evento. Cuando no voy a ir, sólo lo veo, no digo nada. JORGE: No me gusta decir “Asistiré” si no estoy seguro, no acostumbro quedar en algo para después fallar. Aunque me ha pasado alguna vez que acepté, pero finalmente no pude ir porque se me cruzó con algo más. ARIEL: A veces le dan “Asistiré” y están en otro departamento o país. Parece que lo hacen como sinónimo de “Me gusta”, para demostrar apoyo y expresar que están de acuerdo con el evento. ALDO: Sólo asiste el 2% o el 5% de la gente que pone que irá a un evento. Yo, como usuario, no lo hago si no me comprometo realmente a participar. Pero si hay un evento que diga ayudemos a Panchito, o ayudemos a la abuelita de Chichi porque tienen que hacerle un trasplante de córnea, no le vas a poner NO asistiré, imposible. Y uno dice bueno, ya, apoyo, aunque probablemente no asistas a ese evento.

10. Sé el primero en darle “Me gusta”

El ‘Me gusta’ es el equivalente al lenguaje de señas en Facebook. De hecho está representado por un pulgar levantado. Es la infalible primera opción de toda publicación. Por lo que se constituye en una manera de medir el éxito en tanto representa popularidad o aprobación. Sus efectos en quienes lo reciben son muy similares, aunque no toda publicación busca un “Me gusta”. Otra manera de medir el éxito de algo es la cantidad de veces que se compartió, lo que equivale a duplicar un contenido en otros espacios, como el perfil de otras personas u otros grupos. Tanto el “Me gusta” como el “Compartir” implican aceptación, y también dan cuenta de la dimensión de la difusión de los contenidos: si se viralizaron o no.

LAURA: Es una situación muy buena que le den “Me gusta” a una foto tuya y que comenten cosas bonitas. Eso es agradable, una se siente bien. SARAH: No sé, me da una alegría que a mis compañeros les guste mi foto y comenten algo bonito como: “Te ves linda”, “Te ves hermosa”. Eso pues a una le gusta. Le doy “Me gusta” porque a veces hay una frases que te llega, la lees, te llama la atención y si querés la seguís recibiendo. ARIEL: El darle *Like* a algo que aparece en tu computadora es algo por encimita, aparte del manejo

técnico, la gente sólo le da porque está de acuerdo. PEDRO: Yo sólo miro lo que los otros publican, y no me dan "Me gusta" porque no publico. LISA: No soy mucho de comentar, máximo llego a dar "Me gusta" porque hizo un lindo comentario, compartió una linda imagen, cosas que te llegan a veces. Es como estar de acuerdo. Además es satisfactorio que te den "Me gusta", se siente que te están dando importancia. DEISI: Normalmente las fotografías de mis hijos han llamado la atención y han acaparado más los "Me gusta".

ERIKA: Los "Me gusta" me parecen bien si yo pongo una foto mía con mi perrito, o de un perrito adoptado. Pero si estoy poniendo un perrito callejero que está con la pata sangrando porque se cortó la vena, o sea cuando se trata de algo de urgencia, de qué sirve que me pongan "Me gusta" y nada más. Así que ahora solicito: "No le pongas 'Me gusta', por favor ayúdame a compartirla, gracias". El "Me gusta" no me sirve, me sirve el "Compartir". NADIA: En general tiene más éxito la imagen que lo diga todo, a veces sin necesidad de texto. Recuerdo muy bien cuando tomamos fotos sobre el acoso callejero y se compartieron mucho. Otras eran fotos de una monja con el slogan: "putas y santas, las mujeres abortamos hasta en semana santa". ¡Uuuh! Hemos visto esa foto en un centenar de páginas. La idea es esa también, que las compartan, que la información fluya, pues nos interesa transformar.

Le doy plaf y los acepto

Se le da "Compartir" o "Me gusta" a los contenidos que publican otros usuarios que son "amigos" en Facebook o "seguidores" en Twitter. La invitación a nuevas personas y la decisión de aceptar solicitudes ha variado desde el uso inicial de Facebook. Hoy se apela a revisar fotografías, lugares de estudio, actividades o amigos en común para decidir dar curso a la solicitud.

PAMELA: Al principio, cuando no tenía amigos, lo que hacía es aceptar, aceptar y aceptar. Pero después ya elegía a las personas que de verdad me interesaban, porque hay personitas que tienen una foto de perfil con una cara de sospechosas. Entonces empecé a seleccionar a mis amigos y agregué sólo a conocidos y a otros según el lugar de estudio. ELIANA: Yo también aceptaba si eran de mi colegio, a los demás no. Eso al principio, pero luego acepté más gente cuando fui reina en mi barrio. Era una persona más pública, pensé que

tenía que ser más abierta. Pero para eso debí haberme creado otra cuenta, pero, en fin, los aceptaba a todos. No he eliminado a las personas todavía, siguen ahí. Pienso eliminarlas, porque sea como sea, se enteran de muchas cosas de mi vida que no deberían. Era peladita y no me daba cuenta de las consecuencias que tenía mi amplitud, pues ahora sé que sin querer uno da mucha información.

CECILIA: Acepto a mis amigos cercanos, a personas extrañas no pues hay mucho peligro. No admito a personas que no conozco, a no ser que me las sugiera un amigo que ya las conoce bien. JORGE: Cuando recibo solicitudes de amistad, primero verifico si son personas que conozco y sé que no van a estar escribiendo burreras en mi perfil, haciéndome quedar mal. Si es una persona que no conozco, tiene que ser de mi ámbito laboral o ser mujer y simpática. Pero siempre reviso, porque hay muchas personas que te agregan para poder invadir tu privacidad, saber tus movimientos y poder seguirte. No envío solicitudes a desconocidos. MATÍAS: Conozco a todos mis contactos de Facebook. No necesariamente son amigos que invitaría a mi casa, pero sí conocidos. No acepto cualquier solicitud, pero si fuera una chica bonita, la verdad que lo pensaría. DEISI: Conozco a todos los contactos que tengo en mi "Face". PEDRO: Tengo agregados sólo a amigos que conozco, no a cualquier persona.

PAOLA: Conozco a todos mis "Amigos" de Facebook. Si no los conozco, va depender de qué amigo en común tenemos. Envío solicitudes a personas que conozco, nunca he enviado a personas que no conozco o que jamás haya visto o que no quiera conocer en persona. Y tampoco uso: "Personas que quizás conozcas" o "Deseas buscar amigos". SARAH: Cuando son **s**olicitudes de personas que no conozco, en general no acepto. Pero cuando veo que tenemos amigos en común, pregunto quién es y si me dan buenos datos, entonces yo hago *plaf* y los acepto. EDUARDO: Acepto por lo general a todos. No lo hallo perjudicial porque no doy información privada. No tengo nada en Facebook que me pueda afectar personalmente. NADIA: Cuando no tenía tantos amigos, agregaba a gente cualquiera. La idea era tener más amigos en Facebook. Finalmente hice un saneamiento porque encontré todo muy sucio, lleno de machismo, racismo, de burlas, de risas por la negra, por la gordita, por la flaquita, por el indio, una cholita que se sacaba fotos en el baño. No estoy de acuerdo con eso.

Querían que les dé "Me gusta"

No sólo se está conectado con personas, también se puede ser parte de grupos de diversa índole, como empresas, organizaciones o instituciones, entre otras. Pagar por publicidad para difundir el espacio es posible. De hecho, ése es el negocio de Facebook: vender publicidad a público con cierto perfil. Otra opción es que los miembros difundan e inviten a otras personas.

CECILIA: Hay publicidades de empresas y yo las ignoro. Pero soy miembro en los grupos del colegio, del curso, un grupito que teníamos entre mis amigas. JORGE: Yo comentaba en el grupo que tenía con mis amigos. Me uno a páginas que me interesan: deportes, mecánica, de Brasil, de Argentina y las relacionadas con mi trabajo. Pero en ellas, me preguntó en qué gravita mi comentario. En una página que tengo sobre la marca de mi vehículo, por ejemplo, pregunté por un problema que tenía. Pero estar criticando o alabando algo no lo voy a hacer. Buscaba ayuda solamente. Pero no soy activo, no estoy todo el tiempo. Veo, sólo veo. SARAH: Yo pido unirme a los que me gustan, por ejemplo perfiles de personas famosas, el periódico de "La Gabriel" (UAGRM) y canales internacionales. EDUARDO: Yo no miro las invitaciones, busco las que me interesan. Por ejemplo le doy "Me gusta" a las páginas del deporte, de volibol, a algún libro, película o club de animé. PAOLA: Estoy en el grupo de mi carrera. Me integré cuando estaba estudiando todavía. Era de contenido académico más que todo. LAURA: Me llegan invitaciones de grupos o de páginas, pero soy de aceptarlas. Así que no sigo ningún grupo, ni página. ELIANA: No acepto invitaciones, no me gusta verlas, me molesta que me lleguen cosas que no me gusta ver. Pero estoy en Siembra Juventud y en un grupo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). También en los de la Gobernación de Santa Cruz, cuando se derrumbó el edificio Málaga, en el de las inundaciones de Beni y en el del tsunami de Japón. PEDRO: Entro a grupos por las imágenes que suben y les doy "Me gusta" a páginas para descargar música. PAMELA: Querían que me inscriba en un grupo, me inscribía; querían que les dé "Me gusta", les daba. Por eso estoy en grupos de jóvenes, compañeros o comparsas.

11. El desafío es sobrevivir

Los nuevos actores y prácticas que se gestan en las redes sociales suponen oportunidades y desafíos para la sociedad en su conjunto, tanto para los jóvenes y los ciberactivistas, como para las autoridades.

TOMÁS: El desafío para los jóvenes es usar bien las nuevas herramientas, darse cuenta de las posibilidades que brindan. Descubrir la herramienta te toma más tiempo, te exige más *piense*, y nosotros los jóvenes pecamos por elegir el camino fácil. Entonces lo fácil es un lugar para el chisme y para lo liviano que permite el "Face". Comenzar a entender mejor la herramienta es un desafío para el joven, asumir primero que es una herramienta y después encontrarle los usos tanto personales, como para con la comunidad y la sociedad. ERIKA: Veo que muchos adolescentes están todavía adolescentes, están en otra, están en bochinches, buris, fiestas, y todavía no tienen la conciencia o quizás la madurez necesaria para darse cuenta de lo que tienen a su alcance. Yo creo que los jóvenes, hasta cierto punto, no manejan bien Facebook. Lo ocupan como un medio para insultar o hacer vida social en el sentido ligero de la frase. NADIA: Creo que los que *tuitean*, los que *facebuquean,* lo hacen para entretenerse, para jugar, para mofarse; no para tomarlo desde un plano político, de incidencia, de decisiones y de sensibilización. Cuando había este tema del TIPNIS, te enterabas por las redes digitales de que había una movilización antes que por los otros medios. Ése es el privilegio. Somos una generación privilegiada, pero que todavía no ha logrado tener claro que no es suficiente el activismo en la red. Que ayuda, pero no como debe ser si te olvidas de la calle, de la gente. Aunque te satisface entrar a páginas, debatir y confrontar argumentos, con quien se tiene que trabajar es con la gente.

NADIA: Con los temas de Terracor, TIPNIS, la ciudadanía, el medio ambiente y otros se agarra mucho, pegan mucho, llaman la atención de la gente. Pero cuando le hablas de aborto, de violencia machista, cuando le hablas de religión y mujeres, te repelen, te rechazan, no les gusta. Te dicen que entres al lado bueno, que no te metas con esos temas, que tengas cuidado, que no hables fuerte, que no levantes la voz. Para mí, por ese problema, muchas mujeres hemos ido dejando nuestras causas en lo estático. Para mí significa que si el problema grande es el hambre, el hambre tiene rostro de mujer y la pobreza

también. Ese análisis no se hace. Una vez vi una fotografía con el texto siguiente: "Hombre que no tiene sexo es que no ha encontrado lorazepán para dormir a las borrachas", cosas así, terribles. Todos se ríen, comentan que así es. Lo peligroso es que a través de ese humor gráfico, entre comillas, naturalizamos el racismo y la violencia. Las redes sociales se llenan de eso cuando son mal usadas.

TOMÁS: Para los ciberactivistas creo que tres son los desafíos. Algunos son extremistas: las cosas o son blancas o son negras y eso no es bueno para el activismo. No se dan cuenta de quienes piensan en blanco tienen que vestirse un poco de negro para ver cómo es el mecanismo engrasado, y entonces usar los caminos que éste permite. Otro desafío es construir una red que funcione y educar al público que no accede a ninguna información. Hacer que se dé cuenta. Se puede hablar de estos temas de manera atractiva. No se tiene que ser un opa solemne para hablar de estos temas. Lo tercero es la capacidad de entender a los públicos. Es casi como marketing sin fines comerciales, pero con un público al que persuadir. Para cada público necesitas otro tipo de herramientas, otro tipo de negociaciones. ALDO: Los activistas digitales son activistas ciudadanos que no saben la burocracia del Estado, no conocen la estructura del Estado, de las empresas, no saben a quién hablar, no saben cómo se llega a esa gente, no saben nada. Necesitan de alguien que les ayude a ordenarse y les diga vamos a ir por acá, vamos hacerlo así y vos vas hacer esto. Cuando no hay coordinadores, los movimientos se diluyen.

TOMÁS: La gran ventaja es que aquí es fácil ser líder. Somos *facilingos* pa'hacer bollo, el cruceño funciona en bollo. Al cruceño le gusta estar apretado, o sea, desde la comparsa, la fraternidad. Es supergregario. El problema es que no hay líder. Es fácil levantar humo de nada, ahí es donde aparecen líderes de cuarto de pelo que piensan que éxito es sacar a 200 personas gritando o bloqueando esta calle en la hora pico. Es un poco lo que ha pasado con el Comité Cívico, un poco lo que ha pasado con el liderazgo cruceño de los últimos 25 años. Se ha dedicado tanto a no proponer que no a trabajar sino a ser solamente reaccionario a lo que hacen los de allá. Se ha perdido esa capacidad de estructurar, de laburar, de pensar en el futuro, de poner objetivos. Es muy liviana la intención de ser líder, muy *light*, y aun así se lo consigue.

NADIA: Aunque yo soy cruceña, encuentro que acá la gente es frívola. No es tampoco que creamos que La Paz es el *wow*, pero hay realidades claras. Allá hay una conciencia crítica y política clara. En Santa Cruz hay más frivolidad: más del tipo de jean que te queda, mirá como se ve con el bikini, mirá el tema de las reinas y las magníficas, ahora la coronan a la tal, que ahora es tal elección de belleza. Las mujeres, y la sociedad en general, están preocupadas y metidas en otras cuestiones. Tal vez por eso encuentro que más producción de movidas fuera de Santa Cruz, aunque es Santa Cruz donde se tiene más acceso al internet. También creo que en Twitter hay más gente que aporta, que construye, que tiene propuestas, proyectos políticos claros. No así en Facebook o en otra red.

LUCÍA: En el conjunto de movimientos sociales que hay en todo el país, los de Santa Cruz me parecen muy débiles. Sobre ellos se informa solamente en las redes sociales virtuales, no se publican por el periódico, ¿Cómo nos enteramos, por ejemplo, del éxito de la marcha en La Paz en defensa de los animales? Sí, somos muchos en Santa Cruz que apoyan, pero falta la acción en la calle.

TOMÁS: Las autoridades recién se están dando cuenta de la potencia que tienen las redes. El desafío para ellos es sobrevivir, pero no lo veo fácil. Las redes sociales les van a traer problemas, son un enemigo para ellos por cómo se manejan. La Alcaldía tiene como seis páginas en Facebook en las que no se dice nada. Entonces que se agarren duro. Pero si trabajan bien, las redes sociales para ellos puede ser la oportunidad para hacer conocer y hacer más horizontal la relación con nosotros, los ciudadanos. Pero todavía no las saben usar de esa manera. ERIKA: Yo creo que a Evo (Morales) no le debe gustar mucho que haya Facebook. No sé si tiene cuenta, pero yo creo que el Gobierno debiera utilizarlo como una herramienta. Si nosotros lo hacemos, ¿por qué no ellos? Para cosas de educación o especificaciones de servicios, por ejemplo, para no perder el tiempo. Yo creo que le falta hartísimo al Gobierno para activar recursos por internet y vía cibernética.

NADIA: No creo que sea tarea del Gobierno. Es una lucha de cada una, de cada uno. Tal vez habría que preguntarnos cómo nos liberamos todas y todos los bolivianos, por ejemplo, del racismo, la misoginia, la homofobia, la lesbofobia. Sin esperar leyes drásticas o limitarse al seguimiento de páginas de Facebook, porque si no haces una reflexión consciente y crítica desde vos, no va a pasar nada con una ley. Las leyes al final son papeles, nada más. Aunque yo

soy partidaria de la libertad de expresión, me pregunto qué se está entendiendo en nombre de la libertad de expresión: estás ofendiendo, estás criticando sin argumentos, estás naturalizando más las violencias. Creo que la maduración no viene desde el Gobierno, sino desde cada uno, desde cada una. Los colectivos que hacemos trabajos en las calles tenemos que incidir mucho en esto, también las escuelas y la sociedad en general. Como leía el otro día, no pensemos en dejar a los niños un mundo bien cuidados, sino niños bien educados al mundo. LUCÍA: Reglamentar las redes es censura. Pero sí creo que padre y madre tienen que estar encima, como control.

12. Chateás y hacés, chateás y hacés

Las posibilidades que permiten las redes sociales son muchas, no sólo para el ejercicio de ciudadanía, sino también para el ocio. Como también pasa fuera de las redes, no siempre es fácil cerrar el espacio de diversión. Sin embargo, el ocio no ha de ser entendido como una pérdida de tiempo; sino como un espacio necesario de relajación y diversión, y como una puerta a la imaginación y creatividad.

JORGE: Entro a Facebook para despejarme cuando estoy libre, cuando estoy sin hacer nada. Entro cada diez minutos a ver qué hay de nuevo; aunque a veces uno le dé *clic* a actualizar y no haya nada nuevo. Me distrae leer páginas sobre mecánica automotriz, avances tecnológicos o sobre mi rubro de trabajo. PAMELA: Cuando estoy aburrida y no tengo nada más que hacer, entro toda una tarde. Pero eso pasa pocas veces al año. ENRIQUE: En mi tiempo libre paro en Facebook y en YouTube. No me ha perjudicado en nada. PEDRO: YouTube me entretiene. LAURA: En los días de colegio, Facebook me llegaba a entretener, pero ahora que ya no estoy en el colegio, no lo uso mucho. Por el trabajo se tiene menos tiempo. TOMÁS: No todo lo que hago en Facebook es ciberactivismo o político. Yo también uso la red social para divertirme mucho, si no ya hubiera dejado Facebook. Las redes sociales son un gimnasio de ejercicio creativo, ya que la creatividad no es más que un músculo que en esta red puedo ejercitar de una manera absoluta las 24 horas. No lo considero ocio. Porque al yo vivir de mi imaginación, es trabajo. Para mí, todo el tiempo que uso Facebook es trabajo en el sentido de que estoy ejercitando un músculo, y

aparte estoy filtrando todo lo que tiene que ver con mi hastío sobre la política, sobre la sociedad. Entonces lo uso para divertirme y para trabajar.

EDUARDO: Uso Facebook para divertirme, no para relajarme. LISA: Me relajan los mensajes de las páginas a las que le doy "Me gusta". JENNY: Para relajarme busco música en YouTube, dibujos o novelas. PAMELA: Yo para relajarme o estar tranquila me voy de paseo con mi familia o con mi novio. Pero si quiero desconectarme de todo, desactivo la conexión de datos, porque si no es por WhatsApp, Viber o Line, nadie te habla. Incluso apago el celular si no quiero hablar con mis papás.

MATÍAS: Facebook me perjudica antes de empezar a estudiar, me cuesta empezar a estudiar si entro a Facebook. CECILIA: Me desvelo por estar en Facebook y me levanto tarde por la mañana. LISA: Al principio tenía Facebook porque todo mundo lo tenía y ahí lo dejaba. Después era estar todo el tiempo preguntándome qué pusieron, qué hicieron, y muchas veces dejaba de lado lo prioritario por estar metido en las cosas de los demás. Facebook me perjudicó ¡fuuuu! ¡Hartísimas veces! Estoy con mi tarea en la mesa y ¡*tin!* suena mi teléfono. Me quedo en mi teléfono y puedo estar mucho tiempo, y cuando me doy cuenta, se me pasó la hora y perdí de vista mis responsabilidades. ELIANA: Me ha pasado que dejaba de hacer mis actividades por estar en Facebook. Cuando tenía que preparar alguna exposición o investigar algo, me tentaba entrar. No es algo así como que primero uno hace su tarea y luego charla con sus amigos, porque charlas momentáneamente con las personas. Porque cuando te llega un mensaje, no le dices: "En dos horas hablamos". Creo que es algo que nunca nadie ha dicho. O sea, hablás y hacés, hablás y hacés, y las otras personas están haciendo lo mismo.

13. Jugar y jugar

Entre las formas para pasar el tiempo libre y divertirse, una opción son las aplicaciones para recibir mensajes o información aleatoria, y aquellas que son juegos alojados en las redes sociales digitales.

MATÍAS: A veces buscaba juegos más que todo para pasar mi tiempo libre. Cuando estoy en mi tiempo libre y no sé qué hacer, busco un juego de Facebook. LISA: Usaba antes una aplicación de horóscopo, pero estaba muy

pendiente de eso. Me enojé y la saqué. El Calendario lo uso para que me haga recordatorio de los cumpleaños. ENRIQUE: No entro a ninguna aplicación de Facebook. JORGE: No tengo ningún juego en Facebook. GABRIEL: ¡Bah! Yo entro a juegos de soldados. EDUARDO: Jugaba Pet Society: la sociedad de mascotas en la que uno tenía su animalito, le ponía ropa, tipo Pou. Esto fue porque vi a mis primas jugando y me dio curiosidad. Pero llegó un momento en que lo dejé, y me di cuenta que así iba a hacer con las otras aplicaciones; entonces ya no uso ninguna. ELIANA: Antes jugaba CandyCrush, ahora juego Preguntados porque me gusta aprender.

14. Eventos en dos planos

Pero no toda la diversión está alojada en las redes sociales digitales. Los eventos si bien pueden ser virtuales, por lo general suelen ser actividades en el plano físico de la realidad. En este sentido, los eventos son prendedores que abrochan y articulan la realidad virtual y la realidad física, se organizan y se comunican por las redes y se encuentran en lo físico.

MATÍAS: Recibo eventos cuando hay alguna reunión: una fiesta o trabajos del colegio. DEISI: Me entero de conciertos, recitales o incluso cumpleaños. Todo a través de Facebook. PAOLA: Sobre todo los que yo programo: encuentros, juntes, cumpleaños o *babyshower* de una amiga, o para asistir a alguna actividad cultural. También recibo notificaciones si mis amigas organizan eventos. JORGE: Recibo de fiestas de comparsa, juntes de compañeros de universidad. Incluso las actividades de la empresa están en Facebook antes que en el correo. LAURA: Me entero de los juntes de promociones. ENRIQUE: Pero los juntes de “promo”, campeonatos de fútbol o kermesse no los organizan por las redes. PEDRO: A mí no me llega nada para eventos. CECILIA: Sí, por ejemplo me llegó para la Expocruz, para la fiesta de Halloween y similares.

CAPÍTULO V

Sobre las puntadas de la Generación WiFi

1. Usos y costumbres de los jóvenes cruceños

La posibilidad de dialogar con jóvenes de distintas zonas de Santa Cruz ha permitido establecer que, mientras que en los distritos consolidados aquéllos se conectan desde puntos de acceso móviles de uso personal, como celulares *smarthphone* de última generación; los de distritos populares lo hacen desde puntos de acceso fijos familiares, como computadoras de escritorio en el hogar, y en ocasiones desde puntos móviles de uso personal, como celulares no necesariamente s*martphone* pero con acceso a internet; cabe recalcar aquí que el tiempo que estos usuarios llevan sumergidos en las redes sociales no es mayor de tres años. Los jóvenes de distritos en formación acceden desde puntos públicos, como cafés internet y, en menor proporción, desde móviles con acceso a internet. El uso que hacen de Facebook en los distritos en formación es el chateo (intercambio de mensajes), herramienta que como el antiguo *messenger* permite mantener contacto con familiares y amigos cercanos, aun o sobre todo si éstos se encuentran en otros departamentos o fuera del país.

Los puntos de acceso condicionan asimismo la frecuencia de uso de las redes sociales. En los jóvenes de distritos consolidados, la conexión a las redes sociales es permanente, sin interrupciones deliberadas. Acceder a sus cuentas cada vez que reciben una notificación es una práctica naturalizada. Los jóvenes de distritos populares, por su parte, acceden un par de veces al día en momentos específicos. Considerando que sus puntos de accesos principales son celulares y conexiones en casa, durante un periodo de media a dos horas diariamente, se percibe que sus principales actividades son las de mantener contacto con los amigos lejanos

mediante el chat, obtener información de ellos, llegando al punto de *stalkear* a ciertas personas, enterarse de qué hacen, dónde han estado, qué lugares y a quiénes frecuenta, etc. Los jóvenes de distritos en formación acceden un par de veces a la semana o al mes. Es por esto que utilizan sólo las plataformas más visibles y conocidas de Facebook y no hacen una exploración más exhaustiva.

Con respecto a las ventajas, los jóvenes de los distintos distritos coinciden en que se trata de un medio de comunicación instantáneo en tanto acorta tiempo y distancias y permite el manejo de distintos formatos, como imágenes, textos y videos. Mencionan que cuando se ha perdido el contacto físico con amistades o seres queridos, las redes brindan la posibilidad de retomar la relación. En materia de desventajas, se señala la postergación de otros compromisos en la realidad por estos diálogos virtuales o las *stalkeadas.* Además, asumen que otra desventaja tiene que ver con la pérdida de la propia privacidad y la posible exposición al crimen organizado.

Si bien el uso como medio de comunicación es una transversal en la consideración de los jóvenes de todos los distritos, ese uso se enfatiza en quienes viven en distritos en formación. En los populares usan las redes para comunicarse, pero además para informarse de contenidos de su interés. En los consolidados, además lo usan para informar, compartiendo o generando nuevo contenido. Esta forma de proceder parece relacionada con la fecha de registro: los jóvenes de distritos en formación entraron en Facebook hace dos años, los de distritos populares hace cuatro y los de consolidados hace siete. El tiempo de acceso determinaría la trayectoria de la curva de aprendizaje respecto de esta herramienta. De hecho, los jóvenes de distritos consolidados se han apropiado de ella y le han encontrado otros usos.

Esa realidad concuerda con lo dicho por Castells (1999), para quien la "geografía diferencial tiene sus consecuencias en la medida en que llegar más tarde que los demás genera una disparidad de usos, puesto que como los usuarios son los que definen el tipo de aplicaciones y desarrollo de la tecnología, los que lleguen más tarde tendrán menos que decir en el contenido, en la estructura y en la dinámica de internet".

Sin embargo, como sostiene el materialismo histórico, los procesos no necesariamente siguen un orden por "etapas". En este caso, los otros factores determinantes serían los intereses personales y la tendencia de uso del contexto. Es decir, que aun si se tuviera Facebook hace mucho tiempo, si los intereses y voluntades de la persona no incluyen transmitir información, esto no pasará. Y también depende

de las prácticas del contexto, pues Facebook es sólo una alternativa entre las tantas que existen para, por ejemplo, informarse e informar. Al respecto, Cristina Aced (2010) indica que para participar en Facebook es requisito ser parte de la red, pero tener un perfil no es equivalente a participar. Para hacerlo habría que ser activo, sólo entonces se podría aprovechar todo el potencial ofrecido por la plataforma.

Twitter es un extraño entre los jóvenes de los distintos distritos. Algunos crearon la cuenta, pero olvidaron los datos de acceso o simplemente decidieron no usarla. Esta red es más utilizada por los ciberactivistas que aprecian la información corta y concisa.

Los consultados, aunque indican no tener canales en YouTube, acceden a esta red social para ver videos de entretenimiento, por ejemplo música y telenovelas. Y llegan a esta red a través de Facebook. Tener un canal y subir contenido son prácticas que caracterizan a los ciberactivistas.

En cuanto al propósito, se ha identificado que los usuarios realizan una o varias de las siguientes interacciones:

- Feisgoneo: Categoría que fusiona la pronunciación del apócope "face" con el verbo 'fisgonear'. Caracteriza la interacción de espiar sin dejar rastros. Implica informarse, estar al tanto de lo que dicen y hacen los demás. Incluso hacer seguimientos secretos, lo que se denomina *stalkear.*
- Clickitis: Interacción que hace referencia a la frecuencia de *clickear* los contenidos publicados por los demás. Sin que la acción corresponda necesariamente con el pensar o sentir, se *clickea* "Me gusta", "Compartir" o "Asistiré"; incluso sin haber revisado el contenido.
- Feiscaparatismo: Categoría cuyo nombre es la fusión de la pronunciación del apócope "face" y "escaparatismo". Describe la acción de hacer de Facebook una vitrina, un escaparate donde se publican todas las actividades personales: dónde se está, con quién se está, haciendo qué, etc. También implica la expresión de emociones y sentimientos, es decir, la divulgación de procesos internos.
- Ciberreaccionismo: Interacción que apunta a la transformación social sólo si se trata de un tema que afecta de forma directa, es decir por razones individualistas.
- Ciberactivismo: Es aquella interacción que busca interpelar la posición política a partir de temas estructurales y/o coyunturales, informa constantemente

y organiza actividades tanto *online* como *offline* mediante protestas creativas y/o procesos formales.

Si lo anterior se plantea como interacciones y no como tipo de usuarios, es porque las personas se desenvuelven en distintos roles de acuerdo con las circunstancias y sus particularidades. Todos los consultados han realizado, en algún momento, algunas o todas las interacciones. En el contexto cruceño, por lo demás, la diferencia al satisfacer las necesidades de participación está marcada no por el tiempo que lleva el usuario en la red, ni por su capacidad adquisitiva, sino que está directamente relacionada con sus intereses, valores, postura política y nivel de compromiso. Por lo tanto, habría dos tipos de ciudadanos, los activos y los pasivos, y las interacciones serían matices en la dicotomía ciudadano activo-ciudadano pasivo. Se precisarán estas categorías con detalle en los próximos subtítulos, así como se hará una lectura de la información obtenida a la luz de la teoría.

2. Ser, tener, hacer y estar en tiempos digitales

2.1. Necesidades humanas fundamentales

En los tiempos que corren es imposible ignorar la injerencia de las tecnologías y la influencia que éstas tienen en la vida cotidiana de las personas. La forma de satisfacer las necesidades ha cambiado, según argumentan Max Neef *et al.* (1993), quienes en su propuesta de un Desarrollo a Escala Humana defienden la satisfacción sinérgica y endógena de las necesidades fundamentales, así como que éstas permitan generar en el individuo autodependencia y se articulen orgánicamente con la naturaleza y la tecnología.

En este sentido, tal Desarrollo a Escala Humana se debería sostener o sustentar en tres pilares, el principal de los cuales es la satisfacción de las necesidades fundamentales, el mismo que genera los otros dos: la autodependencia y la articulación orgánica. Estas bases, al mismo tiempo, tendrían que ser construidas a partir del protagonismo real de las personas. En palabras de Maritza Montero (2004), ello se trataría del empoderamiento, necesario para transformar el posicionamiento de persona-objeto a persona-sujeto, pues mientras los individuos no tengan un papel protagonista, las bases no serán tan

sólidas. Es por esta razón que el desarrollo se refiere a las personas y no a los objetos. No se trata de generar capital, sino de buscar formas para promover el bienestar humano y la calidad de vida.

En el mismo sentido "el desafío va más allá del tipo de estado y se extiende hacia la capacidad de la propia sociedad civil para movilizarse y adecuar un orden político representativo a los proyectos de los diversos y heterogéneos sujetos sociales" (Max Neef *et al.*, 1993: 32). Algo que no se lograría sin protagonismo, de manera que resulta indispensable apuntar hacia el cambio de posicionamiento y lograr la trasferencia de objeto a sujeto. Un desarrollo no se mide por indicadores cuantitativos de los objetos, sino más bien por un indicador de crecimiento cualitativo de las personas. Y el mejor proceso de desarrollo sería aquel que permita elevar la calidad de vida de las personas. La calidad de vida dependería al mismo tiempo de las posibilidades de las personas para satisfacer adecuadamente sus necesidades fundamentales (*Ibíd.).*

Hay diferentes tipos de satisfactores que no logran lo pretendido por el Desarrollo a Escala Humana, en tanto no alcanzan siquiera a generar autodependencia ni articulación orgánica. Probablemente porque el posicionamiento de las personas está del lado del objeto. Antes de mencionar los tipos de satisfactores, es necesario profundizar en qué es un satisfactor y qué una necesidad *(Ibíd.)*.

Satisfactor: Los satisfactores no son fijos y podrían variar según tiempo, lugar y circunstancia. Un satisfactor bien podría ser ahistórico e infinito. "El que un satisfactor pueda tener efectos distintos en diversos contextos depende no sólo del propio contexto, sino también en buena parte de los bienes que el medio genera, de cómo los genera y de cómo organiza el consumo de los mismos" (*Ibíd:* 35). En todo caso, el uso de las redes sociales no es un satisfactor único, pues las necesidades que llena pueden ser satisfechas por varios satisfactores simultáneamente. Claro que considerar las redes sociales como un satisfactor emergente de la época no es desatinado. En esta nueva era de la información, muchos de los hábitos van cambiando, los jóvenes adoptan nuevas formas de comunicación, nuevas formas de relacionamiento, hasta un nuevo lenguaje tecnológico en sus relaciones interpersonales. En este sentido, van surgiendo nuevas conductas y también formas de satisfacer necesidades. "Lo que está culturalmente determinado no son las necesidades fundamentales,

sino los satisfactores de esas necesidades" (*Ibíd.*: 42). Los cambios culturales serían una consecuencia del abandono de los satisfactores tradicionales para reemplazarlos por unos nuevos y diferentes.

Necesidades: La teoría del Desarrollo a Escala Humana divide las necesidades en dos criterios: existenciales y axiológicas. Las primeras se subdividen en cuatro: Ser, Tener, Hacer y Estar, y las segundas, en nueve: Subsistencia, Protección, Afecto, Entendimiento, Identidad, Ocio, Creación, Participación y Libertad. Las necesidades serían las mismas en todas las culturas y en todos los periodos históricos, lo que cambiaría son los medios utilizados para su satisfacción.

En este trabajo de investigación, para recoger y analizar los datos obtenidos se ha considerado sólo tres de estas nueve necesidades: participación, libertad y ocio. Se las ha elegido para profundizar en la consideración del uso de las redes: por un lado, como herramienta para transformar la sociedad, por el otro, como espacio donde "se pierde el tiempo". Esto último, según diversas miradas, relacionado con el ocio y bajo un enfoque totalmente capitalista de que mientras no se genere ingresos económicos se malgasta el tiempo. La Teoría de Desarrollo a Escala Humana reivindica el verdadero sentido del ocio, que implica un espacio para la creatividad, la creación y la producción, y así lo menciona en la matriz de necesidades existenciales.

Lo que se ha buscado con este estudio es también identificar las características de participación en las redes. Si los jóvenes se sienten libres y ejercen sus derechos y qué hacen con respecto al ocio. Qué uso hacen, en otras palabras, en las redes sociales digitales para satisfacer la necesidad de participación, libertad y ocio.

Si bien un satisfactor podría contribuir simultáneamente a la satisfacción de varias necesidades fundamentales, a la inversa, una necesidad podría requerir diversos satisfactores.

En el siguiente cuadro se ha clasificado dos tipos de jóvenes ciudadanxs (la x simboliza la identificación de hombres y mujeres) en Santa Cruz: los activos y los pasivos. En ese sentido, se ha realizado el análisis de necesidades según categorías axiológicas y existenciales, así como se ha identificado el tipo de satisfactor en cuanto al "uso que hacen los jóvenes de las redes sociales" para las necesidades de participación, libertad y ocio.

Cuadro 6
Satisfacción de necesidades del ciudadano joven en Santa Cruz

Necesidades según categorías existenciales	Necesidades según categorías axiológicas					
	Participación		Libertad		Ocio	
	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx
SER	Positivo: Receptivxs Negativo: Pasivxs Despreocupadxs Indiferentes	Receptivxs Solidarixs Críticxs	Positivo: Autónomxs e independientes con respecto al contenido que publica y maneja Negativo: Prejuiciosxs Estigmatizadorxs	Autónomxs e independientes con respecto al contenido que publica y maneja Críticxs Tolerantes Prejuiciosxs	Positivo: Curiosx Sociables Negativo: Reproductorxs contenido	Curiosxs Sociables Productorxs de contenido creativo
TENER	Interés coyuntural de carácter individualistas (+/-)	Interés coyuntural de carácter social Preocupación por causas sociales Propuestas	Positivo: Apertura Ejercicio de derecho Negativo: Desconocimiento de las condiciones de uso Desconocimientos de sus derechos de privacidad	Ejercicio de derecho Conocimiento de derechos en ajustes de privacidad	Farándula Juegos Eventos Frases con contenido religioso y de sabiduría popular (+/-)	Fan page Grupos Causas sociales

(Continúa en la página siguiente)

(Continuación de la página anterior)

Necesidades según categorías existenciales	Necesidades según categorías axiológicas					
	Participación		Libertad		Ocio	
	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx	Ciudadanx Pasivx	Ciudadanx Activx
HACER	Positivo: Informan y se informan de una o dos fuentes Negativo: Demandan pero no se movilizan No formalizan procesos No concilian con las autoridades	Buscan y se informan de diferentes fuentes para validar la noticia Demandan y se movilizan Formalizan procesos Generan redes a nivel nacional e internacional de acuerdo a la demanda	Positivo: Publican contenido y toman decisiones respecto a: fotos/comentarios/lo que comparte/ lo que le da me gusta Negativo: Publican y comparten Memes con contenido racista, machista, clasista	Elijen y seleccionan el contenido a publicar Debaten Postean contenido coyuntural Buscan información de diferentes fuentes	Positivo: Chatean Juegan preguntados y Candy Crush publicar y/o comentar fotos y estados de familiares y amigos Negativo: Stalkean No produce contenido creativo	Chatean Producen contenido creativo Publican y/o comentan fotos y estados de familiares y amigos
ESTAR	Cuenta de Facebook. En grupos y Fan page: prensa farándula, fútbol.	Cuentas de Face-book y Twitter. En grupos y Fan page: cultura, prensa, medio ambiente, arte, farándula	Cuenta de Facebook	Cuenta de Facebook y Twitter	Cuenta de Facebook	Cuenta de Facebook y Twitter
TIPO DE SATISFACTOR	No es un satisfactor de participación	Sinérgico	Inhibidor de entendimiento, participación.	Sinérgico	Pseudosatisfactor	Sinérgico

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Participación

Para Castells (2001), internet bien podría servir para que los ciudadanos vigilen a su Gobierno y no para que el Gobierno vigile a sus ciudadanos: podría transformarse en un instrumento de control, información participación e incluso de toma de decisiones de abajo a arriba. En las redes, el usuario cultiva un nuevo poder para iniciar una lucha, sumar a otros, gestionar movilizaciones, construir propuestas y hacer seguimiento. Así por ejemplo, como se ha visto en los estudios de caso, los movimientos ciudadanos usaron las redes sociales para hacer catarsis con su disconformidad y rechazo de determinadas medidas en sus espacios virtuales, lo que califica como redes de indignación (*Ibíd.,* 2012). Redes que se transforman en redes de esperanza en el momento en el que se delibera con otros en espacios de autonomía para coordinar acciones, como hicieron los movimientos ciudadanos estudiados al llamar la atención de la opinión pública, gestionar movilizaciones en calle y hacer seguimiento a procesos formales.

En Santa Cruz, estos procesos de inteligencia colectiva están marcados por lógicas horizontales, pero aún no prescinden de una cabeza que organice las acciones, en contraposición con la ausencia de líder en los movimientos que Castells (*Ibíd.)* identifica como nueva característica de organización. El mismo autor sostiene que un movimiento social sólo es tal si es coherente en la calle con lo que dice en el ámbito virtual. En efecto, en los movimientos sociales estudiados hubo interacción *online* y *offline*; y en el contexto cruceño la consecución de logros está condicionada al rol que se tenga en calle y a la repercusión de éste en los medios masivos tradicionales.

La participación en las redes sociales se perfila, efectivamente, como una nueva forma de construir ciudadanía, la que se contrapone a las anteriores y deterioradas maneras de participación. Así como en el resto de la población mundial, la juventud cruceña no cree en el sistema político partidario, en las autoridades ni en las élites que ostentan el poder, por ejemplo los medios masivos tradicionales. Estos espacios no son asumidos como propios, a diferencia de lo que ocurrió durante y después de la Revolución Nacional de 1952. La tendencia general pareciera ser hoy la ausencia de preocupación/acción por asuntos sociales y, cuando existe, encuentra en las redes sociales un campo de batalla (Arditi, 2014).

Si bien esta nueva práctica se solapa con las anteriores, también valida sus propios procesos, como las lógicas horizontales, la creatividad audiovisual y literaria y la autogestión de redes de indignación y esperanza, que potencialmente desembocan en manifestaciones en la calle y en el seguimiento de procesos formales. Max Neef *et al.* (1993) mencionan que facilitar una práctica democrática más directa y participativa podría contribuir a revertir el rol semi-paternalista de los estados para convertirlo en un rol estimulado de soluciones más creativas que surgirían desde abajo hacia arriba. Los ciudadanos tendrían que dejar de esperar que sea siempre el Estado quien resuelva el problema y buscar herramientas para reclamar, informar, convocar, debatir o proponer soluciones alternas a las situaciones de conflicto.

Entre los ciudadanos activos, una de las herramientas emergentes es Facebook, complementada en algunos casos por YouTube, combinación que queda demostrada en las prácticas ciberactivistas que logran gestionar causas. Es posible enfatizar en ciertas características en cada caso. El movimiento por el TIPNIS tomó distancia de lo político partidario en las redes y usó Facebook, Twitter y YouTube para informar a la población antes que los medios masivos tradicionales y para difundir contenido que no habría merecido cobertura en éstos. Asimismo, el activismo de desarrollo social y gestión cultural se ha apropiado de las redes sociales digitales para difundir sus actividades y logros y generar sinergias con otros actores. La creación de redes regionales y nacionales para hacer fuerzas es también marca de movimiento por lo ocurrido en Terracor III. No se puede dejar de mencionar cómo redes internacionales sirvieron para aprender, enseñar y reciclar experiencias, tal cual pasó con la Marcha de Las Putas, una concurrida manifestación feminista convocada por las Agitadoras Sociales mediante Facebook en 2011. Si de manifestaciones masivas se trata, la primera de tipo digital fue gestionada por el grupo "Se van los 300, me voy yo" en Facebook.

En esa misma línea, los distintos grupos de bicicultura organizan eventos mediante las redes sociales digitales, lo que también hace "Revolución Jigote" para promover la educación ciudadana constantemente. Su equivalente en activismo se caracteriza por textos irreverentes y la riqueza de material audiovisual para interpelar las estructuras. Además de ello, los activistas de Más y Mejor Internet para Bolivia propician diálogos y negociaciones con distintos actores, como cuando lograron la reducción de tarifas de internet de la cooperativa

Cotas y la vez que, en abril de 2014, difundieron ampliamente en Facebook una foto de ellos en la plaza principal con el mensaje: "Desafío a cualquier gerente o representante de Viva a que me acompañe por el centro de Santa Cruz a navegar en internet". Y entonces, aceptado el desafío, "Una gerente de Viva naufragó", como informó el periódico digital La Pública, ejecutiva que tuvo que comprometer las mejoras correspondientes.

Otro ejemplo para el sistema público es la transparencia de la causa animalista, que además de gestionar digitalmente sus insumos y capital humano, publica el seguimiento de su trabajo y da a conocer pruebas de la disposición de las donaciones materiales y monetarias.

Y están los casos de la defensa de la Manzana Uno y del Colectivo Árbol —que en Santa Cruz promueve la recuperación de los espacios verdes en contra del avance del cemento—, ejemplos ambos de la consecución de logros por la iniciativa y gestión ciudadana organizada mediante Facebook. Árbol también gestionó procesos legales por la construcción de la "Quinta Municipal" en el cordón ecológico que protege la ciudad de las crecidas del río Piraí, característica que comparte con las acciones legales por la defensa de los derechos de usuario, gestionadas en La Paz por Luis Rejas, activista del colectivo Más y Mejor Internet para Bolivia.

Con respecto al ciudadano pasivo, Facebook está entre las primeras herramientas que los jóvenes considerarían para promover cualquier causa. Los de distritos tradicionales consideran esta herramienta porque se sienten libres de publicar; es decir, hallan que está al alcance de todos y que se puede evitar los procedimientos burocráticos de los medios tradicionales de información. Los jóvenes de los distritos populares, al contrario, consideran a los medios tradicionales en primera instancia debido a su penetración social, aunque expresan que desconfían de ellos y por eso apelan también a Facebook. Los jóvenes de los distritos en formación, en cambio, creen que la mejor opción es tomar medidas con mecanismos comunitarios, no mediados por entes masivos ni tradicionales ni modernos. En términos generales, prima la autogestión y los medios masivos son tomados en cuentan de todas maneras por su alcance, más que por reconocérseles un poder de incidencia *per se*.

Sobre la participación, aunque se puede enfatizar en distintos aspectos, se elige lo dicho por Maritza Montero (2004:110) en sentido de que se refiere

a "los procesos psicosociales mediante los cuales las personas se movilizan para la consecución de ciertos objetivos que les permiten satisfacer necesidades y producir cambios sociales". La misma autora indica que de acuerdo con la perspectiva, hay participación política, participación comunicacional y psicosocial comunitaria. La primera hace referencia a introducir a los demás en el conocimiento o accionar respecto de alguna iniciativa; mientras que la comunicacional implica informar y ser informado, y la psicosocial comunitaria tiene que ver con la libre acción conjunta de reflexión, organización y colaboración con distintos grados de compromiso.

Si bien el ejercicio de participación está determinado por intereses y valores, está también influenciada por el acceso a la información. Más allá de la mayor o menor movilización propiciada por los movimientos ciudadanos, los jóvenes de distritos consolidados se enteraron de ellos por Facebook; los de distritos populares, por la televisión y en segunda instancia por Facebook, y los de distritos en formación, por la televisión. Al informarse por los medios masivos tradicionales, la versión recibida de los hechos, en los distritos populares y en formación, está condicionada por los intereses de las agendas de los medios. Las redes sociales no son utilizadas para contrastar versiones de las noticias, sino para informarse de las actividades de sus contactos y para difundir contenidos de introspección, superación personal y/o sabiduría popular. Los jóvenes de distritos populares expresaron desconfianza en la información recibida, así como los de distritos consolidados le restaron credibilidad. En efecto, en los medios masivos tradicionales, los procesos ciudadanos para gestionar cambios y los focos de activismo reciben poca cobertura, lo que en opinión de los consultados se debe a que tales medios obedecen a una agenda que ellos definen de antemano, además de que el activismo "no vende" en una sociedad consumista que va en desmedro del horizonte de la esperanza y la utopía.

Informarse por las redes sociales digitales o por los medios masivos no neutraliza los intereses sociopolíticos del emisor, pero las redes sociales digitales posibilitan una amplia diversificación de los emisores. Paradójicamente, aunque en las redes es más fácil contrastar versiones respecto de los medios tradicionales, no se trata de una práctica institucionalizada en ninguno de los tipos de distrito, ni de forma previa ni posterior a la recepción de los mensajes masivos. Es decir que informarse por las redes sociales digitales puede garantizar inmediatez y

contenido inédito, pero la responsabilidad de la recepción y emisión de la información es derecho y deber de cada ciudadano.

Acerca de la deliberación individual hay grandes críticas a los sistemas de algoritmo utilizados por buscadores como Google, en tanto que reemplazan el ejercicio de decisión por fórmulas informáticas. Aunque el medio por el que el individuo se informa influye en la versión que tenga de los hechos, aquel no determina las prácticas de participación. La relación es más bien inversa: las prácticas de participación prescriben las características de consumo de información: fuentes, frecuencia, valoración crítica, entre otros. Cabe resaltar que cuando los jóvenes, de cualquier distrito, se interesaron por alguno de los movimientos, lo expresaron en Facebook. Lo que confirma a esta red como un espacio de libertad de expresión válido para los jóvenes, aunque queda por avanzar en la libertad de pensamiento y voluntad de acción de cambio.

Ahora bien, la confrontación de ideas es una práctica aún resistida, aunque los ciudadanos activos tratan de generar debate a través de elementos coyunturales en formas que oscilan entre lo lúdico y lo radical. Al igual que "lo político", otro término corroído es "lo democrático", cuyo ejercicio se ve relegado al acto de sufragar el día que hay elecciones. Es decir, las prácticas psicosociales comunitarias en pro de la transformación social no son una tendencia que se observe en las redes sociales digitales ni fuera de ellas. Prima en cambio el contenido de farándula y de tipo afectivo, lo que es coherente con los valores del contexto cruceño y la etapa de desarrollo humano, respectivamente. Es importante aclarar al respecto que, lejos de estar perdiendo el tiempo, los contenidos afectivos revelan que los jóvenes se encuentran resolviendo algo propio de la construcción de su subjetividad; lo que en términos de Max Neef *et al.* (1993) corresponde a la satisfacción de otras necesidades, como afecto e identidad.

Comunicar para satisfacer afecto e identidad puede trastocar elementos emocionales de orden individual, por lo que es distinto de comunicar para transformar la realidad social. Lo último puede suceder en la medida en la que se tenga ese propósito, se lo haga visible en Facebook como una herramienta válida para tal fin y se conozcan las aplicaciones adecuadas a tal propósito.

Cabe resaltar que Facebook no fue creado para búsquedas utópicas, ni ha dado un giro en tal sentido. De hecho, apunta a acciones casi inquisidoras de procesos internos, lo que queda demostrado en la disposición de las opciones en

las que más prácticas son las de uso personal, como el chat o poner "Me gusta", en cómo nombra "amigos" en vez de contactos o "biografía" en vez de perfil, y la cúspide podría ser el "¿Qué estás pensando?", pregunta predeterminada en el muro y distinta del "¿Qué está pasando?" de Twitter.

El conocimiento de la herramienta, como se ha dicho, puede depender del tiempo que se lleva usándola, pero deja de ser determinante para el propósito que le dé el usuario, quien puede marcar dicho propósito según sus intereses y valores particulares. En general, y específicamente los jóvenes de distritos en formación, la utilizan principalmente para comunicarse y estar al tanto de las actividades de sus amigos y familiares, sea que se encuentren en otros departamentos o países, fenómeno relacionado con la migración. En los distritos populares pasa lo mismo, aunque también Facebook es usado para hacer una búsqueda de temas de su interés para anexarse mediante las *fan page*, de las que espera alguna información: periódicos digitales, universidades, curiosidades, etc. En los distritos tradicionales o consolidados, si bien ocurre lo propio, hay una práctica agregada: se usa Facebook como un medio para informarse de acontecimientos coyunturales e informar al resto, vale decir, influir en la posición de los demás a través de compartir la información. Esto se constituye en un ejercicio político, aunque "lo político" sea rechazado por la juventud, como dice Quiroz (2014).

Si compartir contenido coyuntural no es una tendencia generalizada, menos lo es producir contenido al respecto. En este sentido, los productos gráficos han logrado corroer al menos de forma inicial la pasividad política, junto con los textos cortos y de tipo lúdico. Modos heredados de la publicidad y su uso de imagen para incidir en el estilo de vida. El proceso parece haberse revertido: si antes eran grandes discursos y grandes acciones, hoy se trata más bien de mensajes tipo eslogan que invitan a pequeñas acciones, lo que es susceptible de ser encauzado hacia comportamientos más complejos o al picoteo de muchas acciones pequeñas. No hay duda de que en ese proceso, lejos de perder el tiempo, los jóvenes están construyendo su subjetividad, pues son los protagonistas de sus perfiles, un espacio exento de figuras de autoridad impuestas. Ellos son los responsables de las cosas que manejan y proyectan desde su muro: son su propio editor, productor, deciden qué cosas publicar o no, cuando marcar 'Me Gusta' o qué comentar. Aunque se trate de una práctica centrada en sí mismo y en un espacio virtual, se logra ejercitar el protagonismo. Estas acciones,

además, están sujetas al intercambio con sus contactos, en el que funciona la horizontalidad y no existe un sistema jerárquico. Es decir, se trata de nuevas formas de relacionamiento.

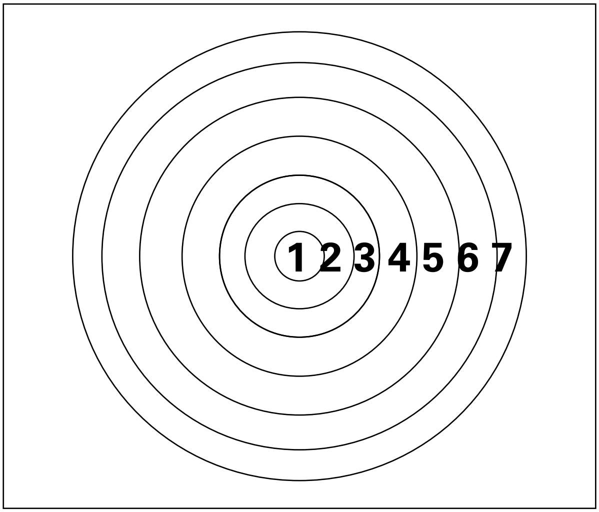
Para Reig (2012), las redes tienen el poder para modificar el ejercicio de la ciudadanía. Bajo la óptica de que el poder no está en la tecnología, sino en el ser humano, Reig da un paso más allá de las TIC y propone las TEP o las Tecnologías del Empoderamiento y la Participación, es decir, el uso de las tecnologías para conducir transformaciones sociales. Como se mencionó, no es que Facebook haya sido creado para incidir políticamente en cada contexto, sino que la gestión social la protagonizan los usuarios por darle —o no— ese sentido a la herramienta. La apropiación de este espacio es una gran alternativa que está generando nuevos espacios y formas de actuación.

Dicho potencial se estaría incubando gracias al uso de las redes sociales digitales que alienta el hábito de opinar, de cultivar un espíritu crítico y una constante participación horizontal, lo que llevaría a exigir democracias más participativas. Puesto que se trata de "un nosotros más amplio porque somos más grandes en la sociedad web, y no toleramos que nos traten como fuimos en otro momento" (*Ibíd.).* Las redes sociales digitales, pues, "son fuentes donde los gobiernos, como *community managers*, deben buscar las demandas de la población. Son las nuevas plazas públicas" (*Ibíd.,* 2011). La apropiación de las redes sociales como un espacio de participación caracteriza a los ciudadanos activos jóvenes, y dinamiza potencialmente las prácticas de los ciudadanos pasivos jóvenes.

La dicotomía pasivo-activo comprende un espectro de niveles de compromiso y participación entre los que hay movimientos bidireccionales de acuerdo con el rol que se elija asumir. A diferencia de lo que ocurre en el espacio físico, en el espacio virtual estos cambios de roles pueden ser más abruptos. Montero (2004) los llama niveles de compromiso y participación, dada la relación directa entre ambas: a mayor participación mayor compromiso, y a mayor compromiso mayor participación; ambas se refuerzan mutuamente. Dicha autora también aclara que "no hay participación pequeña. Toda participación es necesaria" (*Ibíd.*:119).

A continuación, la expresión gráfica de tales niveles y luego la definición de cada uno a partir de Montero y su traducción de las prácticas en las redes sociales digitales y su equivalencia con tipos de interacciones digitales.

Figura 1
Niveles de participación y compromiso



Fuente: Montero (2004: 118).

Cuadro 7
Niveles de participación y compromiso y su equivalencia en Facebook

Nivel	Denominación	Descripción	Equivalente en Facebook	Tipos de interacciones
1	Núcleo de máxima participación y compromiso.	Liderazgos de grupos organizados	Gestión *online* y *offline*: organización de comisiones	CIBERACTIVISMO
2	Participación frecuente y alto compromiso	Participación en todas las actividades de los grupos organizados, sin implicar funciones de dirección	Participación de las comisiones *online* y *offline*	
3	Participación específica, mediano compromiso	Participación consecuente en actividades de grupos organizados, sin pertenencia tales grupos	Asistencia a las actividades y seguimiento virtual a la causa	

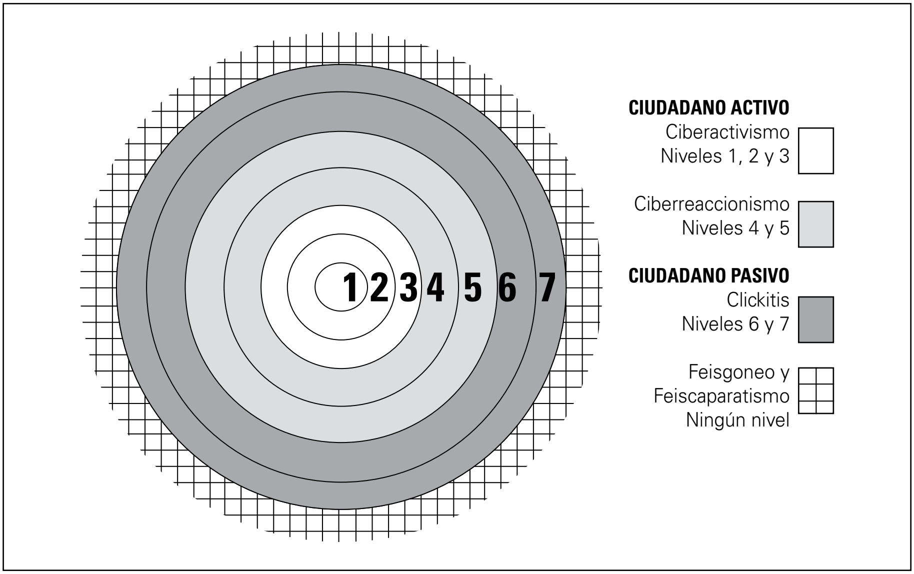
(Continúa en la página siguiente)

(Continuación de la página anterior)

Nivel	Denominación	Descripción	Equivalente en Facebook	Tipos de interacciones
4	Participación esporádica, bajo compromiso	Participación ocasional en algunas actividades más o menos motivadoras de acuerdo a preferencias	Asistencia ocasional sin seguimiento a la causa	CIBERREACCIONISMO
5	Participación inicial o tentativa, bajo compromiso	Sin acción directa, pero con contribución que facilita la gestión: dinero, material, tareas	Compartir Invitar a eventos	
6	Participación tangencial, compromiso indefinido	Aprobación y demostración de simpatía	Me gusta	CLICKITIS
7	Curiosidad positiva o amable. No hay compromiso	Ausencia de participación y compromiso. No debe ser de ninguna manera dejada de lado pues puede llevar a pequeñas colaboraciones y éstas a formas más comprometidas de participación.	Enterarse en Inicio	

Fuente: Montero (2004:118). Fuente: Producción propia.

Figura 2
Niveles de participación, tipo de interacción y tipo de ciudadano



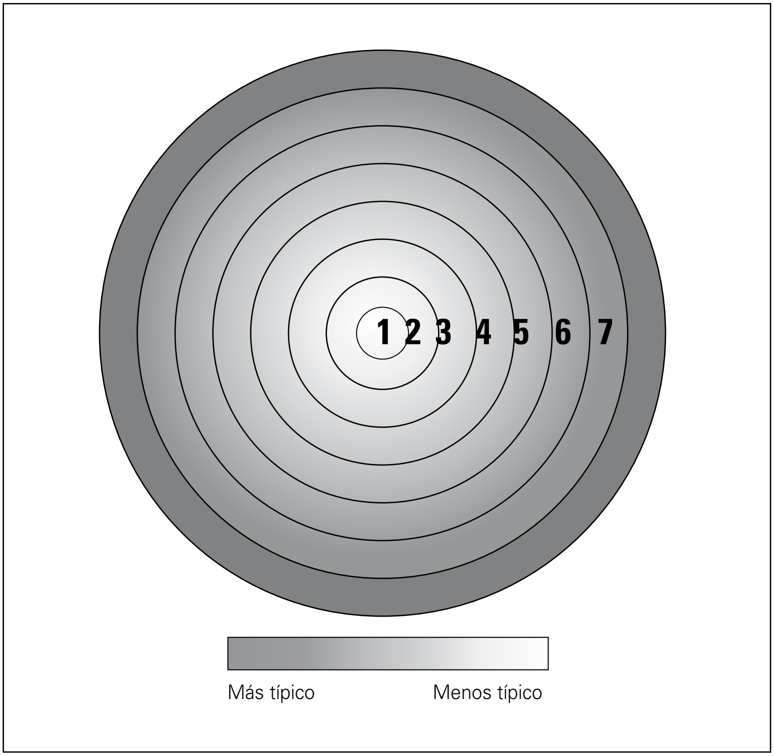
Fuente: Producción propia.

Si bien los usos de Facebook, Twitter y YouTube dependen de factores como el acceso a la tecnología, el conocimiento y la apropiación de la plataforma; el factor determinante es la dinámica de los intereses y los valores. El uso típico estaría caracterizado por el fisgoneo y el *feiscaparatismo*, interacciones que no alcanzan a traducirse en modo alguno de compromiso. Es decir, se trata de aquellos ciudadanos que no satisfacen su necesidad de participación a través del uso de las redes sociales digitales. Por el papel de las tecnologías en este grupo generacional, puede inferirse que difícilmente se busca satisfacerla mediante prácticas distintas en otros espacios.

Luego aparece la *clickitis* como la interacción que caracteriza la participación en Facebook, oscilando entre los niveles 6 y 7 de compromiso: curiosidad positiva y aprobación amable de apoyo sólo virtual pero sin compromiso virtual ni físico. Si bien no se trata de una práctica del ciudadano activo, se trata de una práctica receptiva y de potencial transición, pues aunque no se desmarca por completo de la pasividad, al menos supera el morbo del *feisgoneo* y el narcisismo del *feiscaparatismo*.

Lo menos típico, pero que pugna por posicionarse, lo constituyen el cibe-rreaccionismo —se encuentra entre los niveles 4 y 5— y sobre todo el ciberactivismo, que oscila entre los niveles 1 y 3. Cabe resaltar que tales niveles implican la articulación entre las prácticas sociales *offline* y *online*. Éstas son las nuevas formas de gestión de cambio de los ciudadanos jóvenes activos, percibidas como válidas y asequibles por los ciudadanos jóvenes pasivos. Si bien la cantidad de personas en cada nivel puede variar de un movimiento social a otro, subyace esta proporción inferida por la unanimidad del relato de las distintas fuentes.

Figura 3
Proporción de tipicidad de niveles de compromiso y participación



Fuente: Elaboración propia

2.3. Libertad

En cuanto a la satisfacción de la necesidad de libertad en los jóvenes, aunque Castells plantea que en los albores del siglo XXI se da una inquietante combinación en el mundo de internet: una ideología libertaria muy extendida, junto a un grado de control cada vez mayor y que los movimientos sociales en defensa de la libertad en la red constituyen fuentes fundamentales para la conservación del internet original como espacio de libertad (2001: 209-210), se ha identificado aspectos que podríamos englobar con la premisa del espacio en el que ejercen un "libre albedrío con desconocimiento de deberes y derechos".

Los jóvenes de los distritos consolidados, populares y en formación coinciden en que no han leído las condiciones de uso de los servicios que ofrecen las empresas de Facebook, Twitter y YouTube, ni las que aplican para el uso a través de una página alojada en la web o de las aplicaciones que se instalan en los aparatos móviles, porque de todas formas iban a aceptarlas, pues el amigo también está en aquella red social. Identifican vagamente, a través de otras fuentes, que la información que ellos otorgan nunca podrá ser eliminada por completo de la red, que otras personas —no necesariamente elegidas por ellos— pueden acceder a la misma y que para obtener el servicio es requisito aceptar las condiciones de uso, que además saben que no son negociables.

Parte de la libertad está condicionada por la presión del círculo social. De lo revelado por los entrevistados, se percibe la creencia de que actúan libremente sin darse cuenta de que no es así, pues las actividades en redes han empezado a ser controladas y/o condicionadas por el contexto, el cual es reforzado por las construcciones consumistas del capitalismo. El sujeto ya no reacciona cuando siente que van a violar sus derechos, sigue la atonía del círculo social a raíz del agotamiento y no lucha por la pérdida de sus libertades. Viven una libertad anestesiada, no se da cuenta de que le han robado la libertad.

Existe un desfase, aunque hay alguna conciencia al respecto, en la comprensión y profundidad de condiciones más complejas —y su traducción en el ejercicio de derechos— que se encuentran actualmente en la mesa del debate de la cibersociedad, tales como el derecho a la privacidad, la ética de gestión de información y el negocio y poder concentrado en las empresas digitales. Es decir que Facebook, Twitter y YouTube no son interpelados, y sus condiciones

son aceptadas con resignación, como algo que no se puede cambiar, lo que es cierto, pero que tampoco se quiere interpelar. Las redes sociales están exentas de cuestionamientos que sí se hacen a los medios masivos tradicionales. Podría estar relacionado con el encandilamiento de la "democratización de la información" que ofrecen en comparación de los medios tradicionales: las redes sociales digitales ofrecen más beneficios a menor inversión.

Se cree también que el servicio es gratuito y no se repara en que el pago es la autorización de almacenar, clasificar y vender los datos personales. Fenómeno muy relacionado con lo enseñado por el mercado: es gratuito aquello por lo que no se paga con dinero propiamente dicho. Pero pocos se dan cuenta de lo anterior, muchos menos identifican los proyectos políticos a los que se subordinan las redes sociales digitales, como la duplicación de la información personal en *data centers* de poderes hegemónicos, el análisis de aquélla y la experimentación con miles de usuarios en tiempo real. Es también parte del debate de la cibersociedad la presentación de esta información y la irremediable imposición de las condiciones de uso. La resignación, que también es coherente con la ética del sistema, al menos en Santa Cruz, explica que hasta ahora no se haya producido una indignación con manifestaciones *offline*.

Más allá de las condiciones no ofrecidas por las redes sociales, tampoco se conoce aquellas que sí están disponibles, como los ajustes de privacidad y la denuncia de contenidos. Se percibe la información personal como algo que puede estar al alcance de todos, no como algo íntimo, de manera que la privacidad y la intimidad se están redefiniendo. Si antes los niveles eran: espacio público, espacio semiprivado y espacio privado, como el hogar, ahora todos son públicos en tanto las actividades realizadas en dichos marcos son compartidas en las redes sociales. Incluso los procesos internos de introspección son expuestos a modo de catarsis y/o en búsqueda de redes de apoyo. Si antes se maquillaba lo interno o se lo elevaba al pedestal de arte mediante la pintura, la poesía, la escritura, la música, hoy pareciera que la premisa es: "Publico, luego existo", parafraseando el "pienso, luego existo" cartesiano. Esta práctica es más propia de las mujeres que de los varones, según los imperativos sociales por género, lo que una vez más demuestra que lo que pasa en las redes sociales no está lejos de lo que pasa en el mundo *offline*. Sólo usuarios con el rango de celebridades regionales o nacionales se han cuestionado el establecimiento de los límites de su privacidad.

En el tema de denuncia de contenidos, la decisión dependería de a quién está dirigido el material de conflicto. Los jóvenes expresan que si el contenido ofensivo está dirigido a ellos específicamente, responden sin apuntar al debate o eliminan el contenido, pero consideran la opción de denunciarlo. Tampoco denuncian otro tipo de contenidos que pueden violentar los derechos, como aquellos de corte machista, racista, clasista o que implique algún otro tipo de discriminación o naturalización de la violencia. Esto podría estar revelando la preocupación y la visión individualista antes que comunitaria, de sociedad o contexto, que también es propio de la etapa de desarrollo humano en la que se encuentran. Hablaría asimismo de la desconfianza en la gestión de justicia de Facebook, tanto como en el resto de instituciones del sistema, pues lo válido actualmente es la autogestión. Es por ello que los jóvenes más próximos a la etapa adulta y que gestionan una causa, sí consideran válido debatir en Facebook, al que ven como otro espacio de ejercicio político —no partidario, sino entendido como la posibilidad de influir en los demás—, y también consideran posible masificar las denuncias mediante Facebook y los comentarios, en los debates *online*. Sin embargo, no pareciera ser una tendencia general el cuestionar la libertad de expresión y sus límites y alcances. Al tolerar todo lo que los demás emiten, sin cuestionar, se pierde la oportunidad de enriquecer la visión propia y de aportar a la visión de los demás, por ende, también pareciera subyacer la resignación. Ausencia de ejercicio que podría estar relacionado la asociación del debate a algo de adultos y de políticos, que no trae frutos. Pero sí se crean nuevas formas de debatir a partir no de argumentos elaborados, armados, sumamente justificados, sino a partir de elementos coyunturales llevados a la parodia mediante pocas líneas o en imágenes. Lo que demuestra formas más horizontales, amigables y respetuosas de intercambiar puntos de vista.

En cuanto a la correspondencia entre lo expresado en el mundo *online* y lo que sucede en el mundo *offline*, hay tres elementos claves: el "Me gusta", el "Asistiré" y el ser "Amigos", cuyo significado se redefine en las redes sociales digitales. El "Me gusta" expresa interés, aprobación y se le atribuye valor según quién lo exprese. Da satisfacción recibirlo, lo que es coherente con el tiempo y energías que se invierte en publicar contenido para lograr más de esa respuesta. Esto lleva a pensar en que la publicación de contenidos está filtrada por aquellos que, se cree, esperan los demás, es decir, estaría condicionada por

la búsqueda de reconocimiento social. El "Asistiré", si bien es una opción sólo para eventos, tiene el valor del "Me gusta"; se trata de una expresión pública de interés y/o visto bueno. Los "Amigos" son más una red que se arma por los contactos y/o actividades en común, lo que también implica riesgo de que haya quienes impulsen actividades ilícitas y aprovechen la aceptación indiscriminada de contactos para espiar o usar la información con fines negativos, como la pedofilia. Al respecto, urge ahondar y procurar la gestión de la privacidad en la población.

Por lo visto, el uso de Facebook se estaría perfilando como un satisfactor singular o sinérgico de las necesidades de participación y libertad. Aunque, por el momento, se trata de una acción inherente a los ciberactivistas y a los protagonistas de los movimientos, no tanto así para la generalidad de los jóvenes.

2.4. Ocio

El ocio es la forma de expresión del ser que revela la experiencia gratuita y solidaria de la recreación y el juego como enriquecedores y de contribución al bienestar humano. Lo que establece equilibrio físico y psíquico, posibilita la creatividad, la imaginación, la utopía, la contemplación y el altruismo (Max Neef *et al.*, 1993).

Los jóvenes en Santa Cruz, independientemente del distrito en el que viven, apelan a Facebook como una opción de diversión por la interacción que permiten sus mecanismos esenciales, como el chat y las imágenes, y en menor medida por las aplicaciones, por ejemplo juegos alojados en la plataforma. A la hora de la relajación, empero, buscan espacios de soledad, así que se decantan por YouTube. Esto muestra que Facebook, en materia de diversión, es un satisfactor sinérgico pues llena también la necesidad de afecto. Y YouTube, en cambio y para fines de relajación, es un pseudosatisfactor en tanto anula la posibilidad de producir y construir en la medida en que los usuarios, al estar sumergidos y centrarse en "matar el tiempo", se tornan dependientes de mecanismos consumistas y bloquean los procesos cognitivos que llevan a la creación de nuevos contenidos a partir de la toma de consciencia de su realidad.

Este último sería el problema en América Latina, donde la apelación a recetas convencionales y tradicionales estaría bloqueando el paso de la gente hacia soluciones imaginativas, novedosas y audaces (*Ibíd.*). Habría una especie

de temor paralizante que inhibe el diseño de cambios, temor comprensible pues no es fácil renunciar a diseños estratégicos o construcciones teóricas e ideológicas en las que se ha cimentado durante largo tiempo no sólo creencias, construcciones y esperanzas, sino incluso pasiones. No es una crisis clara, porque no es sólo económica o social, o cultural o política. De alguna manera es una convergencia de todas ellas (*Ibid.*: 24-25). Una crisis de utopía, pues su principal característica es la pérdida de la capacidad de soñar, lo que convierte al sujeto en somnoliento, en administrador de una crisis de la utopía sin lucidez para enfrentar con ímpetu e imaginación, ni creatividad, los problemas de la realidad (*Ibíd.*). Y todo ello se manifiesta en muchos rostros: el derrotismo, la desmovilización, la abulia, el individualismo exacerbado, el miedo, la angustia y el cinismo (*Ibíd.*: 25).

Las redes en sí no son más que herramientas, como dicen los jóvenes, por lo que el uso que se haga de ellas depende del tipo de satisfactor que representan para cada caso. El uso de Facebook se enmarca así, a veces, en una tecnología de la interrupción en tanto se cede a la "tentación" de dejar para lo último la realización de otras actividades o realizarlas al mismo tiempo que se navega. No es raro que dejen de atender las responsabilidades porque están atrapados en Facebook.

Para los ciberactivistas y los protagonistas de los movimientos, Facebook constituye un satisfactor sinérgico, pues les permite crear, además de satisfacer otras necesidades, por ejemplo de afecto —por el reconocimiento de sus creaciones—, entendimiento —ya que la creación requiere estar empapada de la coyuntura—, participación —crean contenido para interpelar el orden establecido—, e incluso identidad —pues fortalecen sus posiciones y cosmovisiones.

Cabe resaltar, al respecto, la encuesta realizada por Di Maggio *et al.* (2001) sobre participación pública, cuyos resultados dicen que "los usuarios de internet leen más literatura, asisten a más acontecimientos artísticos, van más al cine, asisten a más espectáculos deportivos y hacen más deportes que los no usuarios" (Castells, 2001: 142). Esto lleva a considerar que los usuarios de internet tienden a relacionarse mucho más con los amigos que con los familiares. Aunque la mayoría de los estudios apunta a que internet ayuda a una mayor interacción y menor aislamiento social, existen otros que muestran que actúa como sustituto de muchas actividades sociales.

2.5. Tipos de satisfactores por tipo de distrito y tipo de ciudadano

Los satisfactores pueden tener diversas características que abarcan un abanico de múltiples posibilidades. Max Neef *et al.*, quienes para fines de análisis, identifican cinco tipos: a) violadores o destructores; b) pseudo-satisfactores; c) inhibidores; d) singulares; y, e) sinérgicos (1993: 57). En la presente investigación se identificaron los siguientes tipos de satisfactores:

- Pseudosatisfactor; elementos que estimulan una falsa sensación de satisfacción de una necesidad determinada.
- Inhibidor; aquellos que por el modo en que se satisfacen, dificultan seriamente la posibilidad de satisfacer otras necesidades.
- Sinérgico; aquellos que por la forma en que satisfacen una necesidad determinada, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades.

El análisis se enfoca principalmente en Facebook, porque es la red social más utilizada por ambos grupos de jóvenes: activos y pasivos. Twitter es usado sólo por ciudadanos y ciudadanas activos.

En cuanto a la satisfacción de la necesidad de participación en los ciudadanos pasivos, ésta queda limitada a la búsqueda de información, por lo que el uso de las redes no sería un satisfactor. Sin embargo, los ciudadanos activos estarían satisfaciendo sinérgicamente dicha necesidad, ya que generan, a partir de las redes, indicios de una nueva forma de hacer ciudad.

Sobre la necesidad de libertad, los ciudadanos pasivos y activos se ejercitan en protagonismo real al elegir grupos, *fan page* y decidir qué publicar; pero tal libertad está condicionada por el reconocimiento social. El uso de Facebook sería, sin embargo, un satisfactor inhibidor para los ciudadanos pasivos, porque el modo de actuar imposibilita la satisfacción de las necesidades de entendimiento y participación. En este sentido, la posibilidad de compartir y aprobar contenidos discriminatorios, sexistas y clasistas anula el ejercicio de generar contenido que promueva la igualdad de derechos.

El uso que hacen los ciudadanos pasivos de las redes para satisfacer el ocio tiene que ver sólo con divertirse y entretenerse con contenidos de farándula,

stalkeo y chateo. Se constituye en un pseudosatisfactor porque anula la posibilidad de creación de contenido creativo. Quienes sí producen contenido creativo para diversas causas son los ciudadanos activos.

Respecto de otras necesidades, dada la abundancia de contenidos de tipo personal y emocional, es claro que se satisfacen las de afecto e identidad, es decir procesos internos que corresponden a la etapa de desarrollo humano de la juventud. Por tanto, lejos de estar perdiendo el tiempo en las redes, lo que hacen estas personas es darle contenido al proceso de construcción de su identidad.

En este sentido, es posible caracterizar la satisfacción de las necesidades por tipo de distrito de la siguiente manera:

Cuadro 8
Satisfacción de necesidades por tipo de distrito

	PARTICIPACIÓN	**LIBERTAD**	**OCIO**
Distritos consolidados	Participación de carácter individualista e indiferente	Libre albedrío con desconocimiento de deberes y derechos	Pasatiempo que anula la posibilidad de producir
Distritos populares	Participación mínima mediada por medios masivos	Libre albedrío con desconocimiento de deberes y derechos	Pasatiempo que anula la posibilidad de producir
Distritos en formación	Participación mínima mediada por prácticas comunitarias	Libre albedrío con desconocimiento de deberes y derechos	Pasatiempo que anula la posibilidad de producir
Ciudadano activo	Participación online y offline que apunta al cambio social	Libertad de expresión con conocimiento mínimo de deberes y derechos	Entretenimiento y producción de contenido creativo

Fuente: Elaboración propia.

2.6. Hiperespacios sociales

El desarrollo científico ha traído consigo repercusiones trascendentales: para la industria en un primer momento, y hoy en todos los espacios de la cotidianeidad. Las reacciones de los cientistas son de lo más diversas diversas: entre filias y fobias han surgido hiperdenominaciones e hipoconceptos (Torrico, 2003). Entre las denominaciones en vigencia se puede citar: Era de la Información, Aldea Global, Sociedad (Global) de la Información, Sociedad de la Comunicación, Sociedad del Conocimiento, Sociedad Red (*Ibíd.*). Y cada una de la mano de teorías que parten desde las ciencias sociales, especialmente desde las ciencias de la comunicación. Las diferencias se habrían enfatizado con el boom de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las Nuevas TIC (NTIC) (Rodrigo, 2012). El debate entre los paradigmas clásicos, además, respondería a la pertinencia de la construcción de *nuevos* modelos explicativos para *nuevos* fenómenos (Torrico, 2003).

No en vano, Castells, por ejemplo, denomina Sociedad de la Información a la actual, dadas las tecnologías que hacen posible el almacenamiento, procesamiento y transmisión de la información, y Vattino la llama Sociedad de la Comunicación, por la complejización social a partir de la multiplicación de canales y mensajes (*Ibíd.*).

Aunque la aprehensión del reciente fenómeno social sea distinta desde cada paradigma, es posible indicar algunos consensos al respecto: a) a partir de la década de los noventa empieza una profunda transformación política, tecnológica, económica, social, cultural en la sociedad; b) las TIC, la información y el conocimiento toman protagonismo; c) hay un espíritu optimista para un futuro más democrático. Sin embargo, al mismo tiempo hay una preocupación por la valoración crítica del *poder democratizante* de las tecnologías, con miras la construcción de un horizonte colectivo o uno de individuos tecnológicamente conectados (*Ibíd.*).

Si se traza la línea entre pasado y presente, se puede decir que antes los aparatos electrónicos eran percibidos como máquinas externas, las que en situaciones específicas facilitaban determinadas tareas. El ingreso de las computadoras a los hogares y el acceso a internet desde la telefonía móvil han cambiado el panorama. Hoy, desde los aparatos es que interpretamos el mundo,

actuamos, nos relacionamos y nos comunicamos, de manera que aquellos son cuasi prolongaciones de nuestro cuerpo (Pineda, 2012). El cambio está asociado a nuevos valores, como la inmediatez y la instantaneidad, pues la sociedad accede a recursos y flujos multiplicados, concentrados y ubicuos como nunca antes en la historia del hombre (Rodrigo, 2012).

La comunicación, por tanto, se da en tiempo continuo, en constantes flujos, en múltiples redes sin núcleo, en un espacio infinito, bajo influencias mutuas y simultáneas (Becerra, 2010). La dualidad emisor/receptor y sujeto/objeto se habría disipado, por lo que en esta realidad comunicativa hipermutante estaríamos ante un consumo multimediático y una construcción transmediática (Jenkins en Rodrigo, 2012). Es por eso que no hay experiencias únicas a través de las redes digitales, sino una diversidad y multiplicidad de contactos, relaciones e interconexiones (Pineda, 2012).

Ante esa nueva realidad, partidaria de *nuevos* enfoques, Castells propone como lineamiento teórico un modelo múltiple y diversificado que se caracteriza como "de autocomunicación de masas: de carácter multimodal, con audiencias globales, con formatos diversos y distintos a los de los medios clásicos; con contenidos autogenerados; con una emisión autodirigida y una recepción autoseleccionada; combinando rasgos de la comunicación interpersonal mediada a través de tecnologías digitales" (Pineda, 2004, 2012). Una arista clave para Castells (2013) es que, en este contexto, se asume la ruptura de los jóvenes con los usos tradicionales, ya que se muestran más activos en el consumo y producción. Castells señala a los espacios digitales como núcleo de la cultura comunicacional de los jóvenes, lo que da lugar a una autonomía colectiva y comunicativa, y a una libertad colectiva en tanto implica una diferenciación generacional.

Es posible indicar que la recepción y la emisión gozan de mayor autonomía: puede ser de uno a muchos, de muchos a muchos y de muchos a uno (Canavilhas, 2011). De ahí que se caracterice a los emisores/receptores como múltiples y simultáneos, conocidos o desconocidos, más inclusivos y empáticos. Los efectos serían multilaterales, de influencia recíproca, bastante vinculados con experiencias relacionales, de cooperación y de comunicación, y no sólo informacionales (Castells, 2001).

Los mensajes son instantáneos: los diálogos pueden ser sincrónicos, asincrónicos, virtuales; de distinta naturaleza: informaciones, diálogos

comunicacionales, saberes y conocimiento compartidos; elaborados de forma multimedia —herramientas audiovisuales como imágenes, voz, videos— e hipertextual —es decir que enlaza un elemento a otro que se encuentra en una página distinta. Los medios son soportes tecnológicos diferentes, cada vez más portátiles, los mensajes son consumidos indiferentemente en el hogar, en el trabajo o en sitios de desplazamiento público. Los medios se incorporan al mensaje de una forma más sutil e intuitiva y exigen otras destrezas operativas para su funcionamiento (*Ibíd.*).

La comunicación, finalmente, sucede en un contexto doble: por una parte, de carácter personal, situacional, física y socialmente hablando; y por otra, el de la red virtual, a distancia, globalizado. La inserción de la variable celulares, internet, y hoy la combinación de ambos, estaría reestructurando los espacios. Al espacio de los lugares —soporte físico de las prácticas sociales— se articularía el espacio de los flujos: constantes flujos de interacción de prácticas sociales en soportes electrónicos. Ambos espacios interdependientes, por ende inseparables, darían lugar a la sociedad híbrida (*Ibíd.*), cuyas prácticas sociales suceden en los hiperespacios sociales (*Ibíd.*). Los espacios de los flujos resignificarían entonces la localización, el tiempo y las posibilidades de redes simultáneas (*Ibíd.*).

Los hiperespacios sociales posibilitan un nuevo tipo de activismo en línea, clasificado por Vegh (2006) como ciberactivismo: acción-reacción, convocatoria y movilización. Se trataría un primer momento de indignación capaz de derivar en hacktivismo: una nueva forma de protesta virtual que implica saturar, redireccionar o eliminar la posibilidad de acceder a una página web, o modificar en parodia el contenido de una página web. Es un nuevo modo de protesta, con la característica fundamental de que sucede en línea. El momento de convocatoria es el llamado de atención sobre el tema y de organización de manifestaciones en la calle, tercer momento éste o de movilización.

Contra el entusiasmo de unos respecto del ingreso de lo virtual hay la cuasi satanización que se hace de internet y que responde al temor de las pérdidas de ciertas capacidades o sensibilidades. Es un proceso que también ha sucedido con el mapa, el reloj, la escritura y los libros, entre otras innovaciones humanas. McLuhan, el sólido determinista tecnológico radical, dijo que "el medio es el mensaje", es decir que cada artefacto tiene una ética intelectual en tanto ejerce el poder sobre qué y cómo pensamos. Hoy estaríamos ante la "autoamputación"

de McLuhan: tecnologías que adormecen las mismas facultades que amplifican (Carr, 2010).

Cuando se creó el mapa, por ejemplo, las personas temieron la pérdida de sensibilidad ante elementos del escenario real: sonidos, olores, colores, lo que puede ser cierto, pero el mapa permitió un alto nivel de abstracción del espacio. Con el reloj se incrementó la productividad: la meta era producir más en menos tiempo con formas cronometradas. Ciertamente, la posición científica ante el mundo facilitó el control de las circunstancias, el poder, aunque el precio haya sido la mecanización (*Ibíd.*)

Otro paso importante es el que se dio de la cultura oral a la escrita. El miedo surgió porque las personas iban a dejar de buscar el conocimiento en el interior para hacerlo en el exterior. Aunque la tecnología del libro ya se venía gestando desde los papiros egipcios, fue tras la caída del Imperio Romano que la lectura en silencio y en privado se convirtió en una necesidad (*Ibíd.*).

Es posible comparar dos puntos cruciales con el caso que ocupa este estudio. Por un lado, el hecho de que en un principio, sólo una élite pudo acceder a los mapas, al reloj, a los libros y a la alfabetización; situación que la creación de la imprenta ayudó a superar al permitir la producción de libros y la alfabetización de forma masiva). Situación similar sucede hoy con el acceso a soportes electrónicos y a la alfabetización digital, aunque ambas aún carezcan de soluciones concretas de alto impacto en el contexto nacional.

Por otro lado, el miedo: en tiempos antiguos se temía que la lectura, como actividad esencialmente individual, actúe en desmedro de los lazos sociales. No es difícil imaginarse lo que pensaban las personas que veían el paso de la trasmisión oral de la historia en las plazas, al aprendizaje de la historia en la soledad. Otro temor era que "se implantaría el olvido en el alma", ya que cuando las personas quisieran recordar algo, en vez de "buscar adentro de sí", "buscarían afuera en marcas exteriores". Aunque al desplazar el mundo oral se desplazó también una "profundidad emocional e intuitiva que hoy no podemos ni apreciar", es indiscutible que el desarrollo actual alcanzado por las ciencias no habría sido posible en estas dimensiones de no ser por el libro (*Ibíd.*).

Carr, quien para Mario Vargas Llosa (2012) reivindica el legado de McLuhan, hace una extensiva revisión de investigaciones para sostener que la mediación tecnológica, específicamente los hipertextos, causan superficialidad

en las capacidades cognitivas. Carr es enfático al afirmar que las tecnologías que reestructuran el lenguaje ejercen mayor influencia sobre nuestra vida intelectual y las llama tecnologías de la interrupción, ya que al sobrecargar la memoria de trabajo no permiten, dice, la concentración, reflexividad y contemplación y, por ende, van en desmedro de la memoria de largo plazo (*Ibíd.*).

Dolors Reig (2012), en cambio, sostiene que las tecnologías, al retomar las imágenes y los sonidos, permiten una comprensión más profunda de los contenidos, ya que estimulan la actividad cerebral en el lóbulo derecho. Por ello, propone, debieran tener un papel central en los espacios educativos, lo que significaría el paso de las TIC a las TAC o Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento. Reig va incluso va más allá al referirse al paso TIC-TAC-TEP, es decir a las Tecnologías del Empoderamiento y Participación, elemento crucial que permitiría recuperar las formas de socialización que estaban siendo olvidadas. El autor se refiere a las posibilidades de revalorizar la cooperación dada la individuación asumida como una característica de la época actual, fenómeno que estaría relacionado con el desmedro de la participación ciudadana, ambos con raíces profundas en la modernidad líquida de Bauman.

Los *gadget,* frenéticamente mejorados, posibilitan el espacio de los flujos, el que a su vez se abre como una puerta a nuevas formas de gestión social. Como dice Carr (2010), cada tecnología intelectual porta una ética intelectual, que es "el mensaje que transmite una herramienta o medio a las mentes y culturas de sus usuarios", con lo que explica a McLuhan y su sentencia: "el medio es el mensaje".

Aunque McLuhan es un determinista tecnológico radical, la traducción de sus palabras para el caso de redes sociales digitales significa, para Reig (2012), que el mensaje tiene el poder para modificar el ejercicio de la ciudadanía, bajo la óptica de que el poder no está en la tecnología, sino en el ser humano. Por tanto, su uso es consecuente, como una de las variadas alternativas, con los esfuerzos para conducir transformaciones sociales.

Dicho potencial se incubaría gracias al uso de las redes sociales digitales en la medida en que alientan el hábito de opinar, un espíritu crítico y la constante participación horizontal, todo lo cual abona el terreno para exigir democracias más participativas, pues se trata de un nosotros más amplio el que se halla en la sociedad web (Reig, 2011). Las redes sociales digitales debieran, por tanto, ser fuentes en las que los gobiernos, como *community managers*, busquen las

demandas de la población, pues son las nuevas plazas públicas (*Íbid.)* e internet "podría transformarse en un instrumento de control, información, participación e incluso de toma de decisiones de abajo arriba" (Castells, 2001).

Lo dicho es altamente trascendental hoy, cuando son marca patentada el ascenso de la marea de sentimientos hedonistas, la reducción de apetito por reformas sociales y el descenso de popularidad del compromiso político (Bauman, 2004). En ese ámbito se desenvuelve la humanidad: un yo individualizado y consumido-por-el-consumismo (Sinatra, 2008), y una dimensión social globalizada e hiperconectada: "Estamos en presencia de una nueva noción del espacio, donde lo físico y lo virtual influyen lo uno en lo otro, sentando las bases para la aparición de nuevas formas de socialización, nuevos estilos de vida y nuevas formas de organización social" (Cardoso en Castells, 2001: 152). Influencias de las que los jóvenes en Santa Cruz, claro está, no quedan fuera. Ellos realizan sus prácticas sociales tanto *offline* como *online*, con consecuencias bidireccionales. Es decir, *en online* se trata de lo que pasa *offline* y viceversa.

La inmediatez de la comunicación por las redes digitales es algo que se valora en todos los distritos. Sin embargo, por la curva de aprendizaje y los distintos intereses, no todos se han apropiado de todas las posibilidades que brinda la herramienta. En efecto, *online* no pasa algo radicalmente distinto de lo que ocurre en sus interacciones *offline*, pues los individuos siguen creando redes sólo a partir de sus afinidades e intereses.

Quedan claros para los jóvenes los contenidos a los que pueden acceder a través de los diversos medios. Los habitantes de distritos en formación y distritos populares apelan a los medios masivos para informarse. Si bien expresan su desconfianza, no han tomado otras alternativas periodísticas en las redes o fuera de ellas para estar al tanto de la coyuntura. Los jóvenes de distritos en formación identifican, por su lado, que mediante las redes podrían aumentar y contrastar fuentes, pero esta práctica está determinada por los intereses y valores de cada uno. En tal sentido, el hiperespacio de participación de los jóvenes está configurado por las interacciones sociales de su respectivo contexto y el acompañamiento de los medios masivos tradicionales de comunicación. Su espacio de los flujos se ve configurado primordialmente por las redes sociales, una alternativa que comienzan a usar para informarse y en menor frecuencia para influir en los demás o convocar a acciones de calle.

El eje está formado por sus contactos y los nodos por los líderes de opinión y los medios de comunicación. Se aprecia los medios masivos tradicionales y las redes sociales, principalmente Facebook, están solapados, lo que se debe en parte a la digitalización de los medios tradicionales.

Las diferencias quedan claramente delineadas cuando se plantea a los jóvenes la hipotética situación de verse ante la oportunidad de promover una causa. Los de distritos en formación indican que apelarían a mecanismos comunitarios no mediados por Facebook, como un megáfono, panfletos o hablar con la gente en persona. Los de distritos populares coinciden en que recurrirían a los medios masivos de comunicación, en el siguiente orden: televisión y periódico. Cabe notar que no nombran la radio, medio identificado como el más popular en el país. Y los jóvenes de distritos consolidados coinciden en colocar Facebook en primer lugar, y la televisión también para llegar a quienes no acceden a las redes digitales.

Como ejercicio, se podría comparar a los jóvenes de los distritos en formación con sus similares de los años 60, a los de distritos populares con los de los 80 y a los de distritos consolidados ubicarlos en el siglo XXI. Y podría cederse a la tentación de considerar "atrasados" a ciertos grupos. Sin embargo, eso sería caer en los valores capitalistas que introyectan valores propios del consumismo. En realidad, lo esencial reside en que la necesidad de participación sea satisfecha y no en la idolatrización de determinadas herramientas para este fin. En tal sentido, es notable que los jóvenes tengan claros los medios para llegar a su contexto, así como están claros sus intereses. La participación ciudadana puede o no ser parte de ellos, y Facebook u otras redes pueden o no ser parte de las herramientas elegidas para conseguir ese objetivo.

Muy relacionadas a las prácticas de participación se encuentran las prácticas de libertad, en tanto se trata del ejercicio de derechos. Éstas tampoco distan de las que se dan en la vida *offline*, como firmar contratos sin leerlos y animarse o no a reclamar. Al respecto, son pocas las diferencias por distrito. Ninguno de los entrevistados indica haber leído las condiciones de uso, aunque asumen que se pierde la privacidad. Pocos tienen claro que no se trata de redes gratuitas, sino que el pago es la información personal que se otorga; son menos incluso los que visualizan el trasfondo político de las redes sociales. En ese sentido, los ciberactivistas indican que el desafío para los jóvenes es saber usar la herramienta más allá de fines puramente afectivos.

Si bien Facebook, con su propia burocracia, ofrece la posibilidad de denunciar contenidos, se evidencia desinterés en reclamar y engrasar los mecanismos habilitados. Otra característica *offline* en el contexto cruceño, pues así como no se toman medidas individuales de reclamo, como "Denunciar" en Facebook, tampoco se asumen medidas masivas como asistir a marchas, pese al carácter gregario propio de los cruceños. Al parecer, lo que sucede es que la mayoría de los consultados están adormecidos o distraídos con la farándula y el voyerismo, para lo cual Facebook se presta con entusiasmo. En definitiva, el activismo y el ciberactivismo responden a los intereses y valores de cada individuo, más que a las condicionantes de puntos y frecuencia de acceso a las redes. Esto implica que cada joven es quien construye su red en Facebook u otras plataformas, a partir de la elección de contactos e intereses.

Cuando se estabilizan en la práctica, las redes *online* pueden construir comunidades diferentes de las físicas, pero no necesariamente menos intensas o menos efectivas a la hora de unir y movilizar (Castells, 2001: 152). Las comunidades virtuales agrupan a personas con intereses afines, que comparten e intercambian información que normalmente es de primera mano y de calidad, y que se organizan para un fin común; el perfil de un usuario, por ejemplo, sería una red social pues se centra en relaciones sin importar si existen intereses en común, ya que el objetivo es compartir fotos, videos, estados, comentarios, conversaciones en chat, etc. "Por un lado, la formación de comunidades virtuales, basadas principalmente en la comunicación *online* se ha interpretado como la culminación de un proceso histórico de disociación entre localidad y sociabilidad en la formación de la comunidad: nuevos y selectivos modelos de relaciones sociales sustituyen a formas de interacción humana limitadas territorialmente" (*Ibíd.*: 137).

Los jóvenes de los tres distritos sí se han apropiado de las posibilidades de diversión en su tiempo libre, como un aspecto del ocio. Esto puede estar muy relacionado con el hecho de que es lo primero que ofrece la red social y que coincide con la receptividad de los jóvenes en Santa Cruz, respuesta que puede estar mediada por algunas aplicaciones, como los juegos alojados en Facebook. Sin embargo, si de relajarse se trata, los jóvenes no buscan las redes sociales, más bien se alejan de la interacción que ésta permite, en tanto se comprende la relajación como una práctica que requiere de soledad. YouTube resalta como

una alternativa, pues no exige que la gente se registre para acceder a los contenidos, de manera que usarlo equivaldría a hacer algo a solas.

Finalmente, en cuanto a la imaginación y creatividad como componentes del ocio, si bien los jóvenes disfrutan de contenidos humorísticos, no es tan común que sean ellos mismos los productores. De nuevo, esta práctica remite a los intereses de cada uno y a las habilidades que se haya elegido desarrollar y explorar. De hecho, no siempre se necesita ser un diseñador gráfico, pues existen plataformas que reducen a algunos *clicks* la creación de memes y otros contenidos de humor. Esto también respondería al hecho de que para hacer humor se requiere estar empapado de la coyuntura, lo que no es una práctica común en los jóvenes de los distintos distritos. Lo que se vería confirmado por lo que sí pasa entre los ciberactivistas y los protagonistas de los movimientos que tienen en común la producción de material de humor o interpelación, especialmente por el papel preponderante que toma la imagen en la interacción en los hiperespacios sociales.

Conclusiones

La población joven, a partir del uso de las redes sociales digitales, está construyendo una nueva forma de hacer ciudad, tomando distancia del adultocentrismo, el paternalismo y las jerarquías. Facebook, que entre los jóvenes de la ciudad de Santa Cruz es la principal herramienta actualmente, ha mostrado ya su potencial entre los usuarios locales para expresar la indignación sobre algún aspecto de la realidad. Lo que muestra el presente estudio es que ese potencial debe todavía desarrollarse entre la gente más joven, aquella que ha nacido en tiempos de internet o que está migrando hacia este espacio que permite tejer redes de intereses e influencias, que se presenta como una herramienta para satisfacer necesidades que, para el presente estudio, son tres: libertad, participación y ocio.

Un punto de partida para abordar el uso de las redes digitales en la población estudiada es la frecuencia de acceso, la misma que está condicionada por los puntos que tienen a su alcance los usuarios. En tal sentido:

I. Entre los jóvenes de distritos consolidados, la conexión es permanente y se la interrumpe a voluntad en tanto disponen de puntos individuales, como los *smartphones*.
II. Los jóvenes de distritos populares se conectan desde puntos grupales familiares, como las computadoras de escritorio en el hogar, por lo que su conexión, si bien puede ser prolongada, se produce un par de veces en momentos específicos del día.
III. Los jóvenes de distritos en formación acceden desde puntos públicos, como los cibercafés, y entonces el tiempo de acceso es limitado y menor

respecto de los anteriores, así como la frecuencia se reduce a un par de veces a la semana e incluso al mes.

Respecto de las redes de preferencia, Facebook se ubica en primer lugar y YouTube asoma en segundo, aunque se llega a este espacio a través de enlaces desde Facebook. En general, los jóvenes conocen muy poco de Twitter.

El uso de las redes es distinto, según si el ciudadano es activo o pasivo en ellas. Los factores que influyen en ese uso dependen de:

- Condiciones de acceso: El punto, tiempo y frecuencia de acceso influye en el uso, pero no lo determina.
- Conocimiento de la plataforma: Está directamente relacionado con las condiciones de acceso y la antigüedad en las herramientas digitales. A mayor antigüedad, mayor especificidad en las funciones y mayor aprovechamiento de las posibilidades que brinda la plataforma. Este conocimiento de las funciones es proporcional al uso de las redes sociales virtuales, es decir, a mayor conocimiento de las funciones, mayor aprovechamiento de las mismas.
- Apropiación de la red: Estrechamente relacionado con los aspectos anteriores, el mayor tiempo de uso hace que el sujeto se familiarice con la red y la sienta como un espacio propio.
- Intereses: Es el factor determinante en el uso y está referido a la dinámica de valores, posición política e intereses. El usuario accederá y creará redes según los temas que le son afines.

El aspecto determinante, pues, son los intereses personales, porque se podría tener acceso, conocimiento de la plataforma y apropiación de ella pero no usarla para, por ejemplo, la transformación social, si ésta no es parte de los intereses del usuario.

Estos aspectos han llevado a identificar diferentes tipos de interacciones que se dan en las redes sociales virtuales. Tales interacciones son:

- Feisgoneo, stalkeo o espionaje sin dejar rastros.
- Clickitis, es decir marcar “Me gusta” y/o “Compartir” sin comentar.
- Feiscaparatismo, o publicar actividades personales, emociones y sentimientos.

- Ciberreaccionismo o publicar sobre temas coyunturales elegidos de forma individualista.
- Ciberactivismo o gestión de causas sociales vía *online*, en la calles y/o mediante mecanismos formales.

Según afirman los consultados, la razón que les lleva a seguir Facebook para estar mejor informados es su desconfianza respecto de la gestión de los medios masivos tradicionales, aunque reconocen la alta penetración social de éstos. Según el contexto de vida, hay quienes consideran como creíbles e importantes también a los medios comunitarios. Otra razón principal del uso de las redes sociales virtuales es que se valora que el sujeto pueda manejar los datos por sí mismo, la rapidez de publicación y el alcance masivo

En cuanto a la satisfacción de la necesidad de participación, en los ciudadanos pasivos se limita a la búsqueda de información, es decir no cambia sustancialmente. En los ciudadanos activos hay, en cambio, una sinergia, pues son ellos quienes generan, a partir de las redes, indicios de una nueva forma de hacer ciudad.

La satisfacción de la necesidad de libertad, tanto en los ciudadanos pasivos como en los activos, implica un ejercicio de protagonismo personal, aunque tal libertad está condicionada por el reconocimiento social; es decir que la mayoría de las publicaciones y los contenidos de éstas apuntan a obtener el mayor número de "Me gusta" y muchos comentarios por parte de su círculo social, pues éste es el que determina (demanda) el tipo de publicaciones, el interés. El uso de Facebook para este propósito puede convertirse en un satisfactor inhibidor para los ciudadanos pasivos, en tanto imposibilita la satisfacción de necesidades de entendimiento y participación con posibilidades de incidencia.

El uso que hacen los ciudadanos pasivos de las redes para satisfacer la necesidad de ocio se limita a la diversión y el entretenimiento, con contenidos de farándula, por lo que la herramienta se constituye en un pseudosatisfactor que estimula una falsa satisfacción en tanto anula la posibilidad de generar contenido creativo. Lo contrario ocurre en los ciudadanos activos que producen contenidos creativo-lúdicos textuales o de formato audiovisual para promover o defender diversas causas.

Respecto de otras necesidades, dada la abundancia de contenidos de tipo personal, afectivo y emocional, se infiere que con las redes digitales se

satisfacen necesidades de afecto e identidad. Se trataría de procesos internos que corresponden a una etapa de desarrollo humano, la juventud, que implica un proceso de construcción de la subjetividad. Lejos está, por tanto, de ser la pérdida de tiempo que se suele criticar desde la mirada adulta.

En ese sentido, se ha identificado las siguientes categorías según la satisfacción de necesidades en los diferentes tipos de distritos:

La forma de satisfacer las necesidades de libertad y ocio es similar en los tres tipos de distritos: se trata de una participación con ejercicio de libre albedrío, pero con desconocimiento de deberes y derechos como usuario, mientras que el ocio se reduce a pasatiempo que anula la posibilidad de crear.

La necesidad de participación es satisfecha de diferente manera: en los distritos consolidados, se trata de una participación de carácter individualista e indiferente respecto de su realidad o contexto social, en tanto que en los distritos populares esa participación es mínima y mediada por la información que se obtiene de los medios masivos de comunicación. En los distritos en formación, la mediación tiene que ver con las prácticas comunitarias.

Las diferencias significativas, sin embargo, se hallan en función de la ciudadanía pasiva y la ciudadanía activa que interpela valores estructurales. En esta última, como no sucede en la primera, las redes sociales digitales son utilizadas para el entretenimiento y para la producción de contenido creativo, el que es utilizado para interpelar, informar y organizar, pues se trata de una participación que apunta a la transformación social. Finalmente, con respecto a libertad se trata de una libertad de expresión con conocimientos mínimos de deberes y derechos de usuario.

Los hiperespacios sociales de participación y libertad tienen a los jóvenes de distritos consolidados como los más activos, en tanto que los de distritos populares y en formación se concentran más en los medios masivos tradicionales.

Con respecto al ocio, en los tres tipos de distritos esta necesidad es satisfecha a través de las redes sociales digitales. Los ejes están articulados por los contactos que cada usuario elije, pero los nodos están formados todavía por medios masivos tradicionales y líderes de opinión. Las prácticas de interpelación al orden establecido están aún reducidas a los ciudadanos activos.

De acuerdo con las prácticas del ciudadano pasivo, el uso de Facebook, Twitter y YouTube no es un satisfactor de la necesidad de participación, es

sinérgico para libertad e inhibidor para ocio. En el ciudadano activo, el uso de dichas redes es sinérgico para participación y ocio, pero pseudosinérgico para libertad. Al tratarse de un periodo en el que se inician las prácticas digitales, el desafío para los jóvenes reside aún en explorar y apropiarse de la herramienta. Los activistas en Santa Cruz avanzan ya en el fortalecimiento de redes de vinculación, pues han probado su utilidad a la hora de convocar a los ciudadanos incluso en las calles, para poner nuevos temas en la agenda pública e incluso incidir en las decisiones de las autoridades.

Propuesta de políticas públicas

Internet es el medio social con el ritmo de penetración más rápido de la historia de la humanidad. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC y las Nuevas TIC son los soportes utilizados holísticamente para la interacción humana. Entre las posibilidades que ofrece World Wide Web, las redes sociales digitales son las preferidas junto con sus homólogos en aplicaciones para aparatos inteligentes. Las hay para distintas finalidades, pero en todo caso el éxito de cada una depende de las características estructurales y funcionales del contexto en el que va a usarse.

Facebook, Twitter y YouTube son las tres redes sociales digitales que han logrado mayor penetración y constantes flujos de información alrededor del mundo. Con tres millones de cuentas en Facebook, la sociedad boliviana es parte de ese nuevo espacio de flujos.

La interacción que transcurre en el espacio de los flujos se encuentra condicionada, por una parte, por los costos y accesos que permiten las arquitecturas de internet. Aunque sólo el 10% de los hogares bolivianos cuenta con conexión cableada de internet, hay más de cuatro millones de conexiones, entre fijas y móviles. Por otro lado, existe una desproporción lucrativa entre la velocidad y los costos de conexión que posiciona a Bolivia como el país con el servicio de internet más caro y más lento, seguido solamente por Paraguay. Entre las iniciativas nacionales para mejorar esta situación figura el satélite de comunicaciones Túpac Katari, el primero que Bolivia ha puesto en órbita, pero que no solucionará los problemas por sí solo; se requiere de medidas más de fondo, como la ampliación de la red de fibra óptica y de los nodos marinos. Al respecto, el Estado Plurinacional de Bolivia ha establecido ampliamente,

en marcos legislativos, líneas de acción que se están concretando en convenios para garantizar la calidad del acceso a internet, por ejemplo la Agenda Digital Boliviana. Estas medidas, en sus niveles abstractos y concretos, son vitales en tanto determinan inicialmente la frecuencia y características de uso, es decir, apuntan a reducir la primera brecha digital.

Sin embargo, la segunda brecha digital no ha sido aún considerada holísticamente en los marcos legislativos y menos en planos operativos. Se ha evidenciado que la superación de la primera brecha no garantiza la diversificación y dinamización del uso del internet. Se exceptúan dos componentes: la mención que hace del software libre, pero que no cuenta con niveles de concretización, y el derecho a la transparencia y a la información, referido a poner a disposición del ciudadano los documentos producidos por los distintos niveles legislativos. Aunque son pocos los ministerios que han concretado estas medidas, se trata de un avance notable en la digitalización de la relación entre autoridades y ciudadanos. Pero la misma es todavía de tipo vertical y unidireccional: el Estado se dirige a la ciudadanía. Es decir que el nicho de las redes sociales digitales es casi inutilizado en la promoción del protagonismo real de los ciudadanos en la construcción de su sociedad, considerando sus posibilidades de horizontalidad e inteligencia colectiva. El desafío es visibilizar las redes como una oportunidad de ejercicio ciudadano, especialmente para la promoción de la autodependencia de los jóvenes, principales usuarios de las redes sociales digitales.

Sin la intervención estatal, empero, y fiel a su explosiva dinámica social, la sociedad boliviana en general, y cruceña en específico, ha logrado insertar temas en la agenda de los gobiernos y de los medios masivos tradicionales debido a pujas sociales que han nacido en las redes y —o— que las han usado para movilizar y convocar a medidas *offline*, es decir, en "la calle".

En sintonía con la incredulidad de las autoridades y la invalidación de espacios de participación que se vive a nivel mundial, en las redes sociales digitales los bolivianos expresan sus ideas, debaten y construyen propuestas. Aunque aún se palpa un activismo limitado al *click*, emerge claramente un espacio válido para satisfacer las necesidades fundamentales de participación y libertad.

Entre los principales protagonistas de movidas ciberactivistas intensas, en temas culturales, medioambientalistas, animalistas, ciudadanos y de servicios de telefonía celular, por mencionar algunos solamente, se encuentran los jóvenes,

característica llamativa en tanto el espacio público boliviano es un contexto marcado por el adultocentrismo. El uso de las redes sociales digitales, por tanto, puede provocar la transformación de elementos estructurales como el individualismo o la indiferencia para desarrollar solidaridad, conciencia crítica y ejercicio de derechos.

En Santa Cruz de la Sierra, el uso que hacen los jóvenes de Facebook, Twitter y YouTube responde a características que obedecen al tipo de usuario digital: nativo o migrante, de 16 a 19 años y de 20 a 28, respectivamente, y según el tipo de distrito en que está dividida la urbe: consolidado, popular o en formación.

Para la opinión pública polarizada, las redes sociales se usan para el ocio o para la transformación social. Respecto al primer elemento, se ha constatado que los jóvenes no las usan para ocio, al menos no en todo el sentido de lo que el ocio como necesidad fundamental implica. Es decir, las usan como un espacio para la diversión y relajación, todavía no para la producción, imaginación o creación. Pero, en tanto diversión y relajación giran en torno de la interacción social, el indicador de que se puede potenciar el uso para la satisfacción de otras necesidades fundamentales, como afecto e identidad, queda claro. Cabe resaltar que, más allá de las diferencias sociodemográficas, estos procesos están presentes en todos los jóvenes, en tanto se trata de un ejercicio continuo de elegir cómo mostrarse o cómo se quiere ser visto, o sea, se pone en juego lo que se es; elementos claves de la juventud como etapa del desarrollo humano. La diferencia que se aprecia es que los que están en transición a la adultez, dan cuenta de sus formas de hacerse cargo de sus ideales, como expresan los ciberactivistas.

La producción de contenidos es parte del ocio y asimismo de la participación, y está condicionado al manejo de herramientas audiovisuales o sólo visuales, en tanto la imagen es el elemento clave de la interacción *online*. Si bien los jóvenes no siempre alcanzan a producir contenidos para establecer su posición ante algo, sí expresan sentirse libres de publicar lo que desean y mecanismos como “Me gusta” o “Compartir” significan desde ya pasos a favor en la elección de contenidos y en la expresión de aprobación, ambos realizados de manera pública ante sus contactos *online.* La mayor parte de los mismos responde a contenidos personales y afectivos, aunque los jóvenes de distritos consolidados

expresan algún interés por contenidos coyunturales, probablemente debido a su nivel de apropiación de las redes sociales digitales, lo que en alguna medida responde a su antigüedad en ella; de hecho y en un inicio, incluso los ciberactivistas usaban las redes sociales digitales para fines socioafectivos.

A la hora de organizar medidas *offline*, los jóvenes de distritos consolidados identifican Facebook y WhatsApp como las primeras herramientas, mientras que los jóvenes de distritos populares apuntan a los medios masivos tradicionales; y los jóvenes de distritos en formación piensan en medidas comunitarias tradicionales.

Lo que resulta llamativo es que los jóvenes desconocen las condiciones de uso del servicio y su respectiva aplicación, aunque identifican de manera general los asuntos relacionados con la privacidad, se trata de un solo aspecto que no considera la entrega de datos personales como forma de pago por acceder al servicio.

En síntesis, en los tres tipos de distritos se aprecia una migración progresiva al uso de herramientas digitales para la interacción humana. Su aprovechamiento puede ser potenciado desde los jóvenes, desde las autoridades y desde actores estratégicos. En este sentido, el presente documento no pretende ser una receta o convertirse en ley, sino una guía de posibilidades para la potenciación del uso de Facebook, Twitter y YouTube, entendiendo las características de uso de las redes sociales en favor del ejercicio ciudadano.

Principios

Los principios que orientan esta preocupación son:

Desarrollo a Escala Humana: Tal desarrollo se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, la generación de niveles crecientes de autodependencia y la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado.

*Protagonismo real de las personas***:** Consiste en la consecuencia de privilegiar tanto la diversidad como la autonomía de espacios en que el protagonismo sea realmente posible. Esto significa apuntar hacia un Desarrollo a

Escala Humana en el que exista una necesaria profundización democrática. Facilitar una práctica democrática más directa y participativa puede contribuir a revertir el tradicional rol semipaternalista del Estado latinoamericano por un rol estimulador de soluciones creativas que emanen desde abajo hacia arriba y resulten, por lo tanto, más congruentes con las aspiraciones reales de las personas.

Necesidades humanas fundamentales: Las necesidades revelan de la manera más apremiante el ser de las personas, pues éste se hace más palpable en su doble condición existencial: como carencia y como potencialidad. Las relaciones que se establecen —y que pueden establecerse— entre las necesidades y sus satisfactores hacen posible construir una filosofía y una política de desarrollo auténticamente humanista.

Satisfactor: Es cualquier forma de ser, tener, hacer y estar: prácticas sociales, condiciones subjetivas, valores, normas, espacios, comportamientos, actitudes capaces de satisfacer una necesidad. Las necesidades no cambian ni con el tiempo ni en las diferentes culturas, lo que cambia son los satisfactores, o sea la forma de satisfacer las necesidades.

Satisfactores sinérgicos: Son aquellos que por la forma en que satisfacen una determinada necesidad, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades.

Horizontalidad: Situación psíquica y social, interior y exterior al sujeto, con la cual ningún ser humano anula la libre expresión de otro, de manera que todos pueden manifestarse sin hallar un obstáculo en ese *otro*, sino más bien un apoyo para el propio crecimiento.

Ejercicio de derecho: Se aplica al cumplimiento de un deber o un derecho, según está establecido en la Constitución Política del Estado.

Compromiso: Describe la obligación que se ha contraído, la que parte de un conocimiento de aquello que se ha encomendado.

Derechos humanos: Son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua o cualquier otra condición. Todas las personas tienen los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna.

Objetivos

La reflexión sobre el tema y las medidas que como sociedad se tome, y la presente guía pretende aportar a ello, tienen un objetivo central:

> Generar procesos de apropiación de Facebook, Twitter y YouTube como espacios de participación, libertad y ocio a través de flujos para optimizar la comunicación de conocimiento, tecnología y cultura para la articulación orgánica.

Y como objetivos específicos, hay que citar:

- Reducir la segunda brecha digital.
- Difundir mapeos de organizaciones e instituciones, mecanismos estatales y actividades culturales.
- Digitalizar la relación entre los ciudadanos y las autoridades mediante sistematización de interacción.
- Desarrollar competencias en el manejo de herramientas audiovisuales en jóvenes, actores estratégicos y autoridades para una difusión eficiente de contenidos de prevención primaria, secundaria y terciaria.
- Establecer ciclos de creación de iniciativas virtuales que promuevan el protagonismo de los jóvenes en el consumo y producción de contenidos.

Marco normativo en Bolivia

El país, desde la propia Constitución Política, dispone de una serie de normas que es preciso considerar para medir posibilidades y limitaciones.

Norma legal	Directa	Observaciones
Margo general	**Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia** (Título II: Cap. II, Art. 15; Cap. III, art. 21 –V y VI; Cap. VI, *Sección IV,* art. 103 – I y II; Cap. VII, art. 106 y 107) **Ley Nº 031: Ley Marco Autonomías** (Título II: Cap. II, sección I, art. 19, 20 y 23; Título V: Cap. III, art. 85 – I; art. 93 – I II y III; Título VII: Cap. IV, art. 130; Título VIII: Cap. I, art.139) **Ley Nº 045: Ley contra el racismo y toda forma de discriminación** (Cap. II, Art. 6 III inciso D) **Ley Nº 348: Ley integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia** (Título II, Cap. II, art. 9; Título III, Cap. I, art. 17- I, 22 y 23; Cap. III, art. 32) **Plan de Desarrollo Humano (**Vinculación y articulación productiva social del país. 5.5.2 telecomunicaciones) **Agenda Digital Boliviana 2013 – 2018**	Las normas legales sólo apuntan a reducir la primera brecha digital, sin contemplar nada para reducir la segunda brecha digital, relacionada al uso. Existen vacíos legales sobre la regulación del uso de las redes sociales e internet, que ponen en peligro la integridad físico-psicológica de los usuarios.
Relación directa Ámbito específico	**Ley Nº 164: Ley General de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación** (Titulo II: Cap. Único, art. I 1, 3 y 12; Titulo III: Cap. 11, art. 54 – 1, 17, 19; Titulo IV: Cap. 1, art. 71, 72) **Ley Nº 342: Ley de la juventud (**Titulo II: Cap. I, sección I, articulo 9; Cap. IV, sección II, art. 26; Cap. IV, sección IV, art. 38 , 49 y 50) **Ley de Transparencia y Acceso a la Información** (Cap. II, art. 6; Cap. III, art. 26).	

Marco institucional para la aplicación de la presente guía

El ámbito de aplicación de la presente guía alcanza a las entidades del nivel central del Estado, gobierno autónomo departamental y municipal de Santa Cruz, organizaciones sociales y juveniles, institutos de investigación y otras entidades públicas y privadas o mixtas que son identificadas en el cuadro siguiente. No se deja de lado a cualquier otra entidad que se relacione de forma directa o indirectamente con el uso de las redes sociales digitales o con el desarrollo de la información y la comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia.

Instituciones	Directa	Indirecta
Públicas	Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz	
	Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra	
	Dirección Departamental de Juventud – Santa Cruz	
	Dirección de Políticas Sociales–Santa Cruz	
	ATT–Autoridad de Telecomunicaciones y Transporte	
Privadas	Ministerio de Comunicación y Tecnologías	
Académicas	Prontis–Programa Nacional de Telecomunicaciones para la Inclusión Social	Universidad Autónoma Gabriel René Moreno
	ADSIB–Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia	Jatupeando (*)
	Laboratorio de Innovación Urbana Multidisciplinaria en Bolivia	CBTI–Cámara Boliviana de Tecnologías de la Información
Social / Cultural	Fundetic–Bolivia. Fundación para el Desarrollo de las Tecnología de la Información y la Comunicación	Cedure–Centro de Estudios para el Desarrollo Urbano y Regional
	Fundación Boliviana para la Democracia Multipartidaria FBDM	
	Centros culturales	

* Jatupeando es un grupo de exinvestigadores del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB), nacido en 2004 con la misión de promover, formar y difundir la investigación y así fortalecer esta actividad en Santa Cruz.

Líneas de acción

Las redes sociales digitales constituyen hoy un mediador de la interacción social, por lo que su uso puede ser un satisfactor sinérgico. En ese sentido, se proponen las siguientes líneas de acción:

- Procesos de apropiación de redes sociales digitales para la satisfacción de la participación como necesidad fundamental.
- Procesos de apropiación de las redes sociales digitales para la satisfacción de la libertad como necesidad fundamental.

- Procesos de apropiación de las redes sociales digitales para la satisfacción del ocio como necesidad fundamental.

Ejecución y financiamiento

Objetivos específicos	Acciones
Reducir la segunda brecha digital	Diversificación de fuentes del consumo de contenidos
	Dinamización de producción de contenidos
	Visibilización de efectos y alcances de los contenidos
	Aprehensión de condiciones de uso y ajustes de privacidad
Difundir mapeos de organizaciones, mecanismos y actividades	Construcción y difusión de mapeos de organizaciones e instituciones mediante páginas y aplicaciones
	Construcción y difusión de esquemas de procesos de solicitud o acceso a servicios mediante páginas y aplicaciones
	Construcción y difusión de calendarios de actividades culturales abiertos mediante páginas y aplicaciones
Digitalizar la relación entre los ciudadanos y las autoridades	Planificación de ciclos de diagnóstico de necesidades participativo por áreas temáticas y sectores sociales
	Sistematización de diagnóstico de necesidades participativo
	Planificación de ciclos de debates y construcción de propuestas por áreas temáticas y por sectores sociales
	Sistematización de debates y propuestas
	Sistematización de ciclos de fiscalización de ejecución de funciones pública
Establecer ciclos de creación de iniciativas virtuales que promuevan el protagonismo de los jóvenes en el consumo y producción de contenidos	Diseño y seguimiento de mecanismos y/o plataformas de concursos y convocatorias de producción de contenidos en distintos soportes
	Diseño y seguimiento de iniciativas que se generen con el modelo del Laboratorio de Innovación Urbana[17]

17 Este modelo se encuentra articulado con el utilizado por Stanford Peace Innovation Lab y apunta a promover acciones que aporten a la paz mundial, rescatando la lógica del mercadeo. Es decir, no empieza por la concienciación sino por una conducta mínima que funcione como un lego, es decir, que permita crear comportamientos más complejos. El esquema de procesos consiste en elegir una comunidad objetivo, unas tecnologías utilizadas por la comunidad meta y un comportamiento de interacción positiva, en probar prototipos rápidos de intervenciones, medir el impacto, optimizar el prototipo y repetir o cambiar de prototipo, y en reiniciar el ciclo.

Objetivos específicos	Acciones
Desarrollar competencias en el manejo de herramientas audiovisuales en jóvenes, actores estratégicos y autoridades para potenciar la libertad de expresión, y para la difusión eficiente de contenidos de prevención primaria, secundaria y terciaria	Desarrollo de competencias de manejo de herramientas de mercadeo (marketing) social
	Construcción y difusión de tutoriales de desarrollo de competencias de herramientas de mercadeo social

---

Este modelo propone que no se realicen grandes planificaciones que implican mucho tiempo y dinero, sino realizar simulacros de tal manera que se sistematice información que permita decidir si optimizar o cambiar. Además, este modelo busca la sustentabilidad económica, ya que dio lugar a redes digitales alternativas, como Instagram, AirBnb o TaskRabbit. Cada organización, de acuerdo con su área de trabajo y público meta, puede realizar este ejercicio en jornadas de trabajo.

Bibliografía

Aced, Cristina
2010 *Redes Sociales en una semana. Barcelona:* Centro Libros PAPF.

Aguilar, Daniel; Hung Said
2010 "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". *Revista Zona Próxima*. N° 12. En: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013 (marzo, 2014).

Anas, Leyla
2013 "La Alcaldía invierte el 0,5% de sus recursos en cultura". En *El Deber digital*. http://www.eldeber.com.bo/nota.php?id=130117221641 (febrero, 2014).

Ander-Egg, Ezequiel
1983 *Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires:* Magisterio del Río de La Plata.

Arce, Alejandro
2013 *Mesa: Las redes sociales, ¿un nuevo campo de acción política?* Tercer Encuentro Nacional: Estado Plurinacional y Democracia Intercultural. Órgano Electoral y Plurinacional del Tribunal Supremo Electoral, Programa de las Naciones Unidas y el Proyecto de Fortalecimiento Democrático. Santa Cruz, 5 y 6 de diciembre de 2013.

Arditi, Benjamín
2014 *Conferencia: Política Viral: redes sociales, comunicación y protesta ciudadana.* Jornadas de Actualización Temática, Proyecto de Fortalecimiento Democrático. Programa de las Naciones Unidas. Santa Cruz de la Sierra, 19 de marzo de 2014.

Arratia, Orlando *et al.*
2006 *Jóvenes.com: Internet en los barrios populares de Cochabamba.* La Paz: Fundación PIEB.

Autoridad de Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte (ATT)
2014 *Estado de situación del internet en Bolivia*. En: http://att.gob.bo/images/01_Estad_Situa_Marzo_Inter_.jpg (marzo, 2014).

Barbery, Oscar
2014 *Manzana Uno, espacio de arte en movimiento.* En: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rbcst/v11n25/v11n25a10.pdf (febrero, 2014).

Bauman, Zygmunt
1999 *La cultura como praxis*. Buenos Aires: Paidós.
2004 *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Becerra, Martín
2010 *La sociedad de la información*. En: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/11_esp.pdf (agosto, 2013).

Canavilhas, João
2011 *Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el ecosistema mediático.* En: http://www.ca.ubi.pt/canavilhas/ (abril, 2013).

Carr, Nicholas
2010 *¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes? Superficiales*. Buenos Aires: Taurus.

Casa de la Mujer – CEADL y Centro de Culturas Originarias Kawsay
2008 *Sistematización de experiencias del Programa Democracia.* La Paz: Solidaridad Suecia América Latina.

Castells, Manuel
1998 *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red.* Madrid: Alianza.
1998 *La era de la información. Vol. 2. El poder de la identidad.* Madrid: Alianza.
1999 *Internet y la sociedad red*. En: http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html (mayo, 2014).
2001 *La Galaxia Internet.* Barcelona: Areté.

2012 *Redes de indignación y esperanza.* Madrid: Alianza.
2013 *La apropiación de las tecnologías. La cultura juvenil en la era digital.* En: http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2009110317560001&idioma=es (noviembre, 2013)

Castro Monge, Edgar
2010 *El estudio de caso como metodología de la investigación*. En: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf (mayo, 2014).

Chambi, Fabiola
2013 "ATT Pide a empresas y cooperativas mejorar y masificar Internet en Bolivia". En: *Los Tiempos digital*. http://www.lostiempos.com/especiales/edicion/especiales/20130517/att-reconoce-tareas-pendientes-para-mejorar-internet-en_213408_458685.html (agosto, 2013)

CIES Internacional
2009 *Usos de internet en Bolivia*. En: http://es.scribd.com/doc/19261469/Estudio-Usos-de-Internet-en-Bolivia (agosto, 2013).

Comunidad Puerto San Borja, Territorio Indígena Multiétnico
2012 *I Plataforma de demandas de la IX marcha indígena originaria*. TIPNIS en resistencia. En: http://tipnisresiste.blogspot.com/ (febrero, 2014).

Cortez, Roger
2013 *Mesa: Las redes sociales, ¿un nuevo campo de acción política?* Tercer Encuentro Nacional: Estado Plurinacional y Democracia Intercultural. Órgano Electoral y Plurinacional del Tribunal Supremo Electoral, Programa de las Naciones Unidas y el Proyecto de Fortalecimiento Democrático. Santa Cruz, 5 y 6 de diciembre de 2013.

Domínguez, Aida
2013 "Jigote es una campaña de acción ciudadana permanente". En: *El Deber digital*. http://www.eldeber.com.bo/jigote-es-una-campana-de-accion-ciudadana-permanente/130602225004 (enero, 2014).

Escobar, Roxana
2014 "Eutanasia a perros con sospecha de rabia abre polémica". En: *El Deber digital.* http://www.eldeber.com.bo/eutanasia-a-perros-con-sospecha-de-rabia-abre-polemica/140103221103 (febrero, 2013).

Faerman, Juan
2009 *Faceboom: el nuevo fenómeno de masas Facebook.* Buenos Aires: Ediciones B.

Farfán, Williams
2013 "ATT identifica a 15 'hacker' y los procesa". En: *La Razón digital*: http://www.la-razon.com/ciudades/ATT-identifica-hacker-procesa_0_1829217092.html (febrero, 2014).

Ferrel, María
2013 "¡La ciudad se pone Jigote!". En: *El Sol digital*. http://www.elsol.com.bo/index.php?c&articulo=La-ciudad-se--pone-Jigote!&cat=360&pla=3&id_articulo=64621 (enero, 2014).

Fundación PAP
2006 *Pobreza Urbana. Niveles de Incidencia en la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra.* Santa Cruz: Fundación PAP.

Galeano, Eduardo
2006 *Patas arriba, la escuela del mundo al revés.* Madrid: Alfaguara.

Gutiérrez, Elías
2010 *Estudio de recepción de Facebook en la Facultad de Humanidades y en la Facultad de Ciencias Exactas de la UAGRM.* Trabajo para optar al Grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UAGRM.

Heredia, Hilton
2013 "Amplían uso de megabytes hasta dos meses en Bolivia". En: *El Deber digital*. http://www.eldeber.com.bo/amplian-uso-de-megabytes-hasta-dos-meses-en-bolivia/130503214248 (febrero, 2014).

Hoybolivia.com
2012 "Montaño: Brigada nunca insinuó desalojar a artistas de la Manzana Uno". En: *HoyBolivia.com*. http://www.hoybolivia.com/Noticia.php?IdNoticia=70087 (febrero, 2014).

Instituto Nacional de Estadística (INE)
2011 *Actualidad Estadística Departamental.* Santa Cruz.

Iriarte, Gregorio
1998 *Post modernidad. Neo-liberalismo. Globalización.* Cochabamba: Cepromi.

IIRSA
Iniciativa para la Integración de la Infraestructura de la Región Suramericana. En: http://www.iirsa.org/ (febrero, 2014).

Jaramillo, Darío
2012 *Antología de crónica latinoamericana actual.* Buenos Aires-Argentina: Alfaguara.

Klein, Naomi
2001 *No Logo. El poder de todas las marcas.* Barcelona-España: Paidós.

La Razón
2012 "La Manzana 1 debe dejar su espacio por orden de la Brigada parlamentaria cruceña". En: *La Razón digital*. http://www.la-razon.com/la_revista/Manzana-espacio-Brigada-parlamentaria-crucena_0_1711628913.html.

Los Tiempos
2011 "Twitteros reaccionan con furia a la intervención contra los marchistas del TIPNIS". En: *Los Tiempos digital*. http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/economia/20110925/twitteros-reaccionan-con-furia-a-la-intervencion-contra-los-marchistas-del_143192_294978.html (febrero, 2014).
2013 "Ex ministra pide a Fiscalía resolver caso Chaparina". En: *Los Tiempos digital*. http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/nacional/20130202/exministra-pide-a-fiscalia-resolver-caso-chaparina_200935_428955.html (febrero, 2013).

Martínez, Paola
2013 *¿Entre el extractivismo y la integración? Bolivia frente a la IIRSA – COSIPLAN*. En: http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/13600.pdf (marzo, 2014).

Max Neef, Manfred *et al.*
1993 *Desarrollo a Escala Humana.* Montevideo: Nordan Comunidad.

Montero, Maritza
2004 Introducción a la Psicología Comunitaria. *Desarrollo, conceptos y procesos.* Buenos Aires: Paidós.

Orihuela, José

2011 *Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambio la red.* España: Alienta Editorial.

Ortiz, Pablo

2013 "Una 'legión virtual' saca credenciales de movimiento social". *En: El Deber digital.* http://www.eldeber.com.bo/2013/dia-de-internet/internet.php?id=130516174859 *(febrero, 2014).*

Ortuño, Armando

2012 *Conferencia: Sociología de los internautas bolivianos: ¿quiénes son?* Ciclo de Charlas Libres: Internet, Redes Sociales y Ciberactivismo. Gobernabilidad Democrática del PNUD; Fundación Boliviana para la Democracia Multipartidaria; Comunidad de Práctica de Diálogo y Transformación de Conflictos. La Paz, noviembre y diciembre de 2012. En: http://www.gobernabilidad.org.bo/charlas-libres (agosto, 2013).

Página Siete

2013 "El vicepresidente descarta carretera por el TIPNIS". En: *Página Siete digital.* http://www.paginasiete.bo/nacional/2014/1/4/vicepresidente-descarta-carretera-tipnis-10441.html (mayo, 2014).

Peña, Claudia

2007 "Poder y élites hoy: quiénes son y como ejercen su poder". En: Prado, Fernando (Coord.) *Poder y élites en Santa Cruz: tres visiones sobre un mismo tema.* Santa Cruz: El País.

Pérez, Mariana

2012 "La travesía de la marcha indígena". En: *La Razón digital*. http://www.la-razon.com/nacional/travesia-marcha-indigena-TIPNIS_0_1694230615.html (febrero, 2014).

Pineda, Migdalia

2004 *Las Ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI.* Maracaibo: Ediluz.

2012 *Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno.* En: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/66_esp.pdf (agosto, 2013).

Pinto, Darwin

2010 "Santa Cruz en su bicentenario". *Poder y Placer, septiembre,* Nº 8.

Prado, José
2013 "Revolución Jigote". *Yvypora: Tierra hermosa*. Año 1, N° 7, p. 16-17.

Presidencia de la Cámara de Diputados
2014 *Betty Tejada compromete ley marco para evitar violencia contra animales domésticos.* En: http://www.diputados.bo/index.php/prensa/presidencia-diputados/item/1421-betty-tejada-compromete-ley-marco-para-evitar-matanza-de-animales-domesticos (febrero, 2014).

Prensky, Marc
2001 *Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales*. OntheHorizon, Vol. 9, N° 6.

Quiroz, Eliana *et al.*
2012 Ciclo de Charlas Libres: Internet, Redes Sociales y Ciberactivismo. Gobernabilidad Democrática del PNUD; Fundación Boliviana para la Democracia Multipartidaria; Comunidad de Práctica de Diálogo y Transformación de Conflictos. La Paz, noviembre y diciembre de 2012. En: http://www.gobernabilidad.org.bo/charlas-libres (agosto, 2013).
2013 *Mesa: Las redes sociales, ¿un nuevo campo de acción política?* Tercer Encuentro Nacional: Estado Plurinacional y Democracia Intercultural. Organizado por el Órgano Electoral y Plurinacional del Tribunal Supremo Electoral, el Programa de las Naciones Unidas y el Proyecto de Fortalecimiento Democrático. Santa Cruz: Hotel Camino Real, diciembre de 2013.
2014 "Ciberactivismo, jugando a hacer política". En: *La Pública.* http://www.lapublica.org.bo/opinion/item/38-ciberactivismo-jugando-a-hacer-politica (julio, 2014).

Reig, Dolors
2012 *Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social?*". Madrid: Deusto.
2013 "Describiendo al hiperindividuo, el nuevo individuo conectado". En: Reig, Dolors; Vílchez, Luis. *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas.* Madrid: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro.

RIIAL, CEDAL y CELAM
2012 *Cultura digital en América Latina.* Bogotá: CEDAL.

Rivero, Pablo

2013 *Censo 2012: El dato de internet (que ya se sabía)*. En: http://pabloarivero.blogspot.com/2013/08/censo-2012-el-dato-de-internet-que-ya.html (agosto, 2013).

2013 *Crecimiento, conectividad y seguridad, los temas de una entrevista por el Día Mundial del Internet*. En: http://pabloarivero.blogspot.com/2013/05/crecimiento-conectividad-y-seguridad.html (agosto, 2013).

Roca, Miguel

2012 *Diputado Salces niega pedido de desalojo de la Manzana 1*. En: http://elsistema.info/index.php?cat=1&pla=3&id_articulo=12941 (febrero, 2014).

Rodrigo, Miguel

2012 *Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).* En: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/59_esp.pdf (agosto, 2013).

Rodríguez, Juan; Leyla Anas

2012 "La Manzana 1 se queda en manos de los artistas". En: *El Deber Digital*. http://www.eldeber.com.bo/la-manzana-1-se-queda-en-manos-de-los-artistas-/121026232240 (febrero, 2014).

Sinatra, Ernesto

2008 *Coloquio-Taller: ¿Cómo @mamos hoy?* Asociación del Campo Freudiano de Bolivia. Santa Cruz, 6 y 7 de junio de 2008.

Sivak, Martín

2007 *Santa Cruz: una tesis. El conflicto regional en Bolivia (2003-2006).* La Paz: Plural Editores.

Soruco, Jorge

2012 "Oficialismo rechaza el desalojo de Manzana 1". En: *La Razón digital*. http://www.la-razon.com/la_revista/Oficialismo-rechaza-desalojo-Manzana-1_0_1712828730.html (febrero, 2014).

Soto, Adriana; Miguel Suárez

2011 *Sobre el crédito de 332 millones.* En: CEADES, *Atlas de megaproyectos de infraestructura en Bolivia*. Disponible en: http://www.ceadesc.org/wp-content/uploads/2011/12/Atlas_IIRSA11.pdf (marzo, 2014).

Suárez, Marcelo
2012 "Asambleístas dejan solo a Salces y piden mudarse". En: *El Deber digital.* http://www.eldeber.com.bo/imprimir1.php?id=121026004416 (febrero, 2014).

Suárez, Marcelo; Leyla Anas
2012 "La manzana no se va: el grito popular". En: *El Deber digital*. http://www.eldeber.com.bo/brujula/2012-11-03/nota.php?id=121107105706 (febrero, 2014).

Torrico, Erick
2003 *Conceptos y hechos de la "Sociedad Informacional": Miradas desde y sobre Bolivia.* La Paz: Universidad Andina Simón Bolívar.
2011 *Medios a la Vista 2. Análisis sobre el derecho a la información y a la comunicación y al periodismo en Bolivia 2009-2011*. La Paz: Fundación UNIR Bolivia; Observatorio Nacional de Medios – ONADEM.

Varela, Efraín
2013 "ATT sanciona a TIGO con una multa de Bs 1,25 millones". En: *El Deber digital.* http://www.eldeber.com.bo/att-sanciona-a-tigo-con-una-multa-de-bs-125-millones/130515210210 (febrero, 2014).

Vargas Llosa, Mario
2012 *La civilización del espectáculo.* Madrid: Alfaguara.

Vásquez, Adolfo
2008 "Zygmunt Bauman; Modernidad líquida y fragilidad humana". *Revista Observaciones Filosóficas.* Nº 6. En: http://www.observacionesfilosoficas.net/zygmuntbauman.html (marzo, 2013).

Vegh, Sandor
2006 *Classifying forms of online activism. The case of cyberprotests against the World Bank*. En: McCaughey, Martha; Dayers, Michael. *Cyberactivism, online activism in theory and practice.* Pennsylvania: Taylor & Francis. En: http://www.paolocirio.net/work/amazon-noir/amazon-noir-books/AMAZON-NOIR--Cyberactivism_Online_Activism_in_Theory_and_Practice--By--Martha_McCaughey_Michael_D_Ayers_--0415943205.pdf (febrero, 2014).

Vera, Joel y Dico Soliz
2011 "La Paz se paraliza y recibe a marchistas como a unos héroes". En: *Opinión digital.* http://www.opinion.com.bo/opinion/articulos/2011/1020/noticias.php?id=29133 (marzo, 2014).

Waldmann, Adrian
2008 *El hábitus camba. Estudio etnográfico sobre Santa Cruz de la Sierra.* Santa Cruz: El País.

Wolf, Mauro
1996 *La Investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* Barcelona: Paidós.

Jóvenes entrevistados

Bonilla, Edmundo (Joven nativo, del distrito 4–UV 49). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez y Julia Mamani. Santa Cruz, 7 de febrero de 2014.*

Carrillo, Mauricio (Joven nativo, del distrito 10–UV 109). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 8 de febrero de 2014.*

Castedo, Diego (Joven nativo, del distrito 11). *Entrevista realizada por Herland Vaca. Santa Cruz, 21 de febrero de 2014.*

Cruz, Edwin (Joven migrante, del distrito 12–Palmira 10). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 12 de febrero de 2014.*

Cvms, Maribel (Joven migrante, del distrito 12 – Plan 4 mil). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 12 de febrero de 2014.*

Eguez, Lorena (Joven migrante, del distrito 2–UV 41). *Entrevista realizada por Herland Vaca. Santa Cruz, 11 de febrero de 2014.*

Flores, Guisenia (Joven migrante, del distrito 8–UV 161). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 10 de febrero de 2014.*

Gemi, Alisson (Joven nativa, del distrito 4). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 12 de mayo de 2014*

Gerardo, Kevin (Joven migrante, del distrito 8 - UV 149). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 8 de febrero de 2014.*

López, Maricel (Joven nativa, del distrito 12–Plan 4mil). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 12 de febrero de 2014.*

Nazrala, Melisa (Joven nativa, del distrito 2–UV 40). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 10 de febrero de 2014.*

Pérez, José Ignacio (Joven nativo, del distrito 12–Palmira 10). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 12 de febrero de 2014.*

Rosas, Juan Pablo (Joven nativo, del distrito 6). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 13 de mayo de 2014.*

Seas, Kimberly (Joven nativa, del distrito 10–UV 118). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 12 de febrero de 2014.*

Informantes clave

Caso TIPNIS

Solaz, Rodolfo (Participante activo de COODAPMA, Santa Cruz). *Entrevista realizada por Julia Mamani. Santa Cruz, 28 de febrero de 2014.*

Terrazas, Joaquín *Quincho* (Miembro y Coordinador de COOPADMA, Santa Cruz). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 29 de enero de 2014.*

Caso Manzana Uno

Bascuñan, Daniela *La Pulga* (Creadora e impulsora del grupo en Facebook "Defendamos la Manzana Uno como espacio cultural"). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 23 de enero de 2014.*

Jordán, Julio *Julico* (Miembro activo en redes sociales del grupo en defensa de la Manzana Uno). *Entrevista realizada por Julia Mamani. Santa Cruz, 28 de enero de 2014.*

Caso Revolución Jigote

Prado, José Antonio (Gestor de la "Revolución Jigote"). *Entrevista realizada por Herland Vaca. Santa Cruz, 16 de enero de 2014.*

Recalde, Rocío (Miembro activo y actual voluntaria de "Revolución Jigote"). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 20 de febrero de 2014.*

Caso Terracor III

Arauz, Claudia (Activista independiente en defensa de los animales). *Entrevista realizada por Herland Vaca. Santa Cruz, 25 de enero de 2014.*

Garzón, Aura Nelly (Amante de los animales y miembro activo en el grupo de las redes sociales en defensa de los animales). *Entrevista realizada por Herland Vaca. Santa Cruz, 21 de febrero de 2014.*

Murillo, Andrea (Amante de los animales y miembro activo en el grupo de las redes sociales en defensa de los animales). *Entrevista realizada por Julia Mamani y Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 21 de febrero de 2014.*

Caso Tigo

Conde, Gustavo. *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 7 de febrero de 2014.*

Gutiérrez, Pedro (Miembro activo del grupo en Facebook "Se van los 300, me voy yo"). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 25 de febrero de 2014.*

Rejas, Luis (Miembro activo del grupo en Facebook "Se van los 300, me voy yo"). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 6 de febrero de 2014.*

Shoshy (Miembro activo del grupo en Facebook "Se van los 300, me voy yo". Líder en Santa Cruz). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 15 de febrero de 2014.*

Uriel, Ian (Miembro activo del grupo en Facebook "Se van los 300, me voy yo"). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 25 de febrero de 2014.*

Ciberactivistas

Becerra, Angélica (Activista feminista). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 25 de febrero de 2014.*

Canedo, Alejandro (Encargado de comunicación y TIC de la Presidencia de la Cámara de Diputados del Estado Plurinacional de Bolivia). *Entrevista realizada por Julia Mamani, Fabiola Gutiérrez y Herland Vaca. Santa Cruz, 19 de febrero de 2014.*

Castro, Marcelo (Gestor ambiental: Bicicultura). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 20 de febrero de 2014.*

Morón, Federico *Le GatoNegro* (Gestor en educación ciudadana). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez y Herland Vaca. Santa Cruz, 21 de febrero de 2014.*

Sejas, Juan Pablo (Gestor en Desarrollo social–comunitario). *Entrevista realizada por Julia Mamani. Santa Cruz, 21 de febrero de 2014.*

Suárez, Isabel (Activista en defensa de los animales). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez. Santa Cruz, 25 de febrero de 2014.*

Vaca-Pereira, Ronaldo (Gestor cultural). *Entrevista realizada por Fabiola Gutiérrez, Julia Mamani y Herland Vaca. Santa Cruz, 19 de febrero de 2014.*

Listado de jóvenes con los que se conversó para el collage de charlas

Adolfo, 23, diseñador gráfico.
Adrián, 29, gestor comunitario.
Aldo, 31, músico y gestor cultural.
Alejandro, 37, gestor cultural.
Ariel, 37, gestor de proyectos sociales.
Carlos, 30, activista político.
Cecilia, 17, universitaria.
Christian, 31, informático.
Deisi, 28, modelo y presentadora de televisión.
Eduardo, 18, universitario.
Eliana, 18, universitaria.
Enrique, 19, trabajador dependiente.
Erika, 31, veterinaria y rescatista de animales.
Eva, 35, profesora y cantante.
Franklin, 29, informático.
Gabriel, 24, estudiante de secundaria y trabajador dependiente.
Jenny, 23, universitaria.
Joel, +40, comunicador y productor de eventos.
Jorge, 25, trabajador dependiente.
Laura, 18, trabajadora dependiente.
Lisa, 18, universitaria.
Lucía, +50, docente y terapeuta.
Luis, 18, estudiante de secundaria.
Marcos, +40, trabajador independiente.
Matías, 17, estudiante de secundaria.

Nadia, 26, comunicadora y feminista.
Pamela, 19, universitaria.
Paola, 24, maestra integradora.
Paulo, 29, gestor de proyectos sociales.
Pedro, 22, trabajador dependiente.
Ricardo, 24, informático.
Rosario, 28, ambientalista y rescatista animal.
Sarah, 20, trabajadora dependiente.
Teresa, 37, comunicadora.
Tomás, 30, creativo dedicado a la educación ciudadana.

Autores

Julia Dolores Mamani

Licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, se desempeñó como Auxiliar de cátedra de Metodología de la Investigación en la misma universidad. Ejerció como educadora de calle de la Red departamental por los derechos de los niños, niños adolescentes y jóvenes en situación de calle en Santa Cruz. Fue cocoordinadora del Departamento de Psicología Comunitaria de la UAGRM (Depsicom). Publicó un artículo en la Revista Newsletter de Dynamo sobre la experiencia del trabajo con población en situación de calle. Coinvestigadora de *La biofilia como vector del desestrés*, trabajo ganador en la feria Universitaria de Ciencia, Tecnología e Innovación, categoría de investigaciones de desarrollo productivo (UAGRM, 2011). Actualmente forma parte de la red nacional de Periodista Virtual y es colaboradora en la investigación "Tecnología y Sociedad" del Centro de Investigaciones Sociales de la Vicepresidencia de Bolivia (CIS).

Fabiola Andrea Gutiérrez Escobar

Licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Se desempeñó como Auxiliar de cátedra de Metodología de la Investigación en la misma universidad. Pasante de investigación social y recopiladora de información para el Directorio Institucional y Pautas de Apoyo para la Prevención de Riesgos Psicosociales, de la Fundación Boliviana para el Desarrollo Social (Fundesoc). Autora del Proyecto "Tharina Teko" [Descubrir Cultura], ganador

de la Convocatoria Nacional a Industrias Culturales Creativas del Programa Raíces–Centro Simón I. Patiño. Ha publicado, junto a Jair Marin y Ruben Marin, *Uso de redes online y familias transnacionales en el norte de Chile: Desafíos para la comunicación,* en la revista Punto Cero indizada en Scielo Bolivia. Actualmente forma parte de La Pública, proyecto que gestiona el ejercicio ciudadano *online* y *offline*, y es colaboradora en la investigación "Tecnología y Sociedad" del Centro de Investigaciones Sociales de la Vicepresidencia de Bolivia (CIS).

Herland Rafael Vaca Álvarez

Licenciado en Filosofía por la Univalle de Cochabamba. Ejerce la docencia de las asignaturas de Filosofía y Psicología desde 2007. Simultáneamente cursó talleres de Filosofía para niños, Aprendizaje cooperativo y diplomado de Didáctica de la Filosofía y la Psicología para un mejor ejercicio de la docencia. Realizó comentarios a la tesis *El hombre nuevo y la humanización tecnológica*, de Alejandro Chávez Cadima, en la revista Thesis de la Univalle-Centro de Estudios Filosóficos. Fue docente de Teoría del Conocimiento para el Bachillerato Internacional del Colegio Alemán de Santa Cruz. Cursa el noveno semestre de la carrera de Psicología en la UAGRM, donde ejerció como auxiliar de docencia de Metodología de la Investigación y de la asignatura de Introducción a la Filosofía. Es docente del Colegio Internacional de La Sierra y colaborador en la investigación "Tecnología y Sociedad" del Centro de Investigaciones Sociales de la Vicepresidencia de Bolivia (CIS).